

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

O USO DOS BLOGS NO JORNALISMO

LILIAN CHRISTINE LOPES PEREIRA

RIO DE JANEIRO
2007

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

O USO DOS BLOGS NO JORNALISMO

Monografia submetida à Banca de Graduação
como requisito para obtenção do diploma de
Comunicação Social/ Jornalismo.

LÍLIAN CHRISTINE LOPES PEREIRA

Orientador: Prof. Dr. Moohammed Elhajji

RIO DE JANEIRO

2007

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia O Uso dos Blogs no Jornalismo, elaborada por Lílian Christine Lopes Pereira.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia/...../.....

Comissão Examinadora:

Orientador: Prof. Dr. Mohammed Elhajji

Doutor em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ

Departamento de Fundamentos da Comunicação - UFRJ

Prof. Dr. Muniz Sodré de Araújo Cabral

Doutor em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ

Departamento de Fundamentos da Comunicação - UFRJ

Prof. Dr. Adjunto II Gabriel Collares

Doutor em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação - UFRJ

Departamento de Fundamentos da Comunicação - UFRJ

Rio de Janeiro

2007

FICHA CATALOGRÁFICA

PEREIRA, Lilian Christine Lopes.

O Uso dos Blogs no Jornalismo. Rio de Janeiro, 2007.

Monografia (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo) –
Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação
– ECO.

Orientador: Mohammed Elhajji

PEREIRA, Lilian Christine Lopes. O uso dos blogs no jornalismo. Orientador: Mohammed Elhajji . Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo.

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo apresentar as mudanças que foram introduzidas no jornalismo, com o aparecimento da internet. O chamado webjornalismo criou uma linguagem própria para o meio, além de permitir uma interatividade maior com o leitor da notícia. Dessa forma, os blogs proporcionaram uma participação maior dos cidadãos na produção e na recepção da notícia, o que para muitos seria a releitura do jornalismo cívico, que surgiu nos EUA nos anos 80 e para outros uma nova forma de jornalismo chamado de colaborativo ou participativo.

PEREIRA, Lilian Christine Lopes. O uso dos blogs no jornalismo. Orientador: Mohammed Elhajji . Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo.

ABSTRACT

The present work has the intention to show the changes that were introduced to the journalism with the appearance of the internet. The so called webjournalism created a new language to this medium, allowing interactivity between the reader of the notice. This way, the blogs provided a greater participation of citizens in the production and reception of the news, what for some it could be a rereading of the civic journalism, that appeared in the U.S.A during the 80's and for others a new form of journalism called collaborative or participative.

Sumário

Introdução

1. A História da Imprensa
2. Como Surge o Jornalismo no Brasil
3. A Era Virtual
 - 3.1 O aparecimento da Internet e seu uso como um novo meio de comunicação
 - 3.2 O Jornalismo descobre a Internet
 - 3.3 Características do meio
4. Os blogs: democracia virtual
 - 4.1 História dos blogs
 - 4.2 O uso dos blogs no jornalismo
 - 4.3 Jornalismo cívico: será esse o papel dos blogs?
 - 4.4 Jornalismo versus Blogs
5. Conclusão

Glossário

Referências

INTRODUÇÃO

As inovações em tecnologia da informação lançaram a humanidade em uma era de mídia democrática em que quase todos podem ter acesso imediato à notícia, além de se tornarem contribuintes do processo de produção da mesma. O jornalismo mundial vem se adaptando a essas mudanças, principalmente com o uso dos *blogs* como uma nova mídia e não apenas como um diário virtual.

Essa tendência tem recebido diversos nomes como: jornalismo participativo, democrático, cívico etc., onde o que está em jogo é o papel do jornalismo e do jornalista tradicional, que começa a ver a sua hegemonia ameaçada ou apenas sofre uma redefinição, ajustando-se a essa nova realidade.

O presente trabalho tem por objetivo analisar como a *internet* e em particular os *blogs* trouxeram uma série de mudanças no modo de produção da informação introduzindo uma linguagem própria, como a interatividade, o hipertexto, a instantaneidade, entre outras que levaram o jornalismo a se modificar para acompanhar essa nova tecnologia.

A década de 90 será importante, pela criação da *internet* pelo engenheiro Tim Bernes-Lee, que irá padronizar a linguagem para a *web*. E, apenas cinco anos depois, os jornais brasileiros já terão as suas primeiras versões *online*. O jornalismo *online* se utilizará das características desse novo meio, principalmente o hipertexto e a interatividade. Pode-se dizer que quando os *blogs* surgiram na década de 90, facilitaram ainda mais a linguagem da *internet*, possibilitando que qualquer cidadão tenha voz, discuta e comente os fatos jornalísticos ou de interesse público. O uso dos *blogs* com fins jornalísticos por qualquer cidadão irá trazer uma série de questões que serão discutidas ao longo do trabalho. Primeiro, será necessário lembrar que o jornalismo é regido por uma série de princípios inerentes à profissão, como a objetividade, a imparcialidade, a linguagem utilizada, a verificação das fontes, que devem ser seguidos como técnicas para a divulgação de informações consideradas de interesse público. Portanto, aqueles que se utilizam de *blogs* com fins jornalísticos, não podem ser considerados jornalistas, a menos que possuam as características necessárias para exercer tal função.

O objetivo do trabalho é apresentar essas questões, através da leitura de teses, livros, artigos e material pertinente sobre o assunto.

O capítulo 1, chamado de “O Surgimento da Imprensa” apresenta a criação da imprensa por Gutenberg e sua importância enquanto difusora da informação. A imprensa representará o nascimento da indústria midiática e o fim do monopólio do poder simbólico da Igreja que mantinha um controle rígido sobre a produção e a recepção da informação.

O capítulo 2, “Como Surge o Jornalismo no Brasil”, apresenta os aspectos políticos e históricos que permitiram o desenvolvimento da Imprensa no Brasil colônia, além de citar características de dois grandes importantes jornais da época, o Correio Braziliense, editado em Londres por Hipólito da Costa, e que teve um importante papel para a independência do Brasil e mesmo longe tinha o objetivo de informar os brasileiros o que ocorria no mundo; e a Gazeta do Rio de Janeiro, primeiro jornal oficial que será impresso no Brasil para informar os fatos relacionados à família real.

O capítulo 3 chama-se “A Era do Virtual” por ter como tema a história da *Internet* e suas características até o seu uso pelos meios de comunicação como uma nova mídia, em particular o

jornalismo. O capítulo apresenta também as mudanças realizadas pelos jornais a fim de se adequarem à linguagem trazida pela *Internet*.

O capítulo 4, “Os Blogs: Democracia Digital”, apresenta a história dos *blogs*, desde o seu aparecimento na década de 90 como diários virtuais até o seu uso no jornalismo. O conceito de “esfera pública” do filósofo Jürgen Habermans, presentes no livro “Mudança Estrutural da Esfera Pública”, lançado em 1962, também aparece no capítulo, como um paralelo à blogosfera, porém sob um contexto histórico diferente.

A idéia dessa esfera pública liberal burguesa, onde todos tinham direito a uma argumentação racional e crítica, remete a questão do uso dos *blogs* na atualidade, à medida em que estes dispositivos criaram novos espaços de discussão de assuntos ligados à realidade e de interesse de todos. Assuntos estes que não sofrem sanções de um editor ou de fatores políticos, econômicos e sociais.

A questão dos *blogs*, no sentido das pessoas se interessarem por questões relativas a assuntos de interesse público, também remete ao conceito de jornalismo cívico, que surgiu no final da década de 80 e recebeu uma série de denominações como novo jornalismo, jornalismo público, jornalismo comunitário etc. E, por fim, o capítulo termina por elucidar a relação entre *bloggers* (aqueles que escrevem em *blogs*) e jornalistas.

Na Conclusão há alguns exemplos atuais do chamado jornalismo colaborativo, com uma maior participação dos cidadãos em sítios, revistas, jornais com envio de matérias e fotos, espaço para comentários de notícias ou através dos *blogs* como espaço livre para o debate e opinião.

1. A HISTÓRIA DA IMPRESSÃO

Um dos grandes feitos do homem será a criação da imprensa na segunda metade do século XV. A técnica da impressão já era conhecida antes, mas foi somente com o ourivez Johan Gutemberg que ganhou a perfeição e conquistou o mundo. A impressão permitiu o fim do monopólio do conhecimento pela Igreja, além da disseminação de várias obras em línguas vernáculas e não só no latim.

A imprensa só surge na segunda metade do século XV. Anteriormente, as pessoas reproduziam livros na Europa preparando manu scripti, cópias de livros existentes, laboriosamente reproduzidas à mão. Mais importante ainda, o número de livros disponíveis ficava severamente restrito e só podiam ser adquiridos por pessoas de consideráveis recursos. (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993, 36-37)

A impressão permitiu que centenas ou mesmo milhares de cópias de um determinado livro pudessem ser reproduzidas com precisão. (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993, 37)

Um ponto crítico do eventual surto da impressão no mundo ocidental foi quando o papel começou a substituir o pergaminho no mundo islâmico durante o século VIII. O papel surgira muito antes, na China. A partir daí difundiu-se pela Europa Cristã, particularmente quando os mouros ocuparam a

Espanha. Já antes da invenção da prensa impressora no século XV, contudo os padres, elites políticas, escribas e eruditos começaram a perder seu monopólio de ler e escrever. (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993, 37)

O processo de se imprimir uma página inteira de letras, pacientemente cavando-as em um bloco de madeira lisa, com a imagem invertida, e depois passar tinta e apertar em cima de um papel ou de outra superfície lisa, fora compreendido havia muito tempo. Os chineses haviam realizado anteriormente essa técnica e imprimido o Sutra do Diamante, o primeiro livro do mundo, por volta do ano 800 d.C., séculos antes de a impressão surgir na sociedade ocidental.(DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993, 37)

Todavia, estava longe do sistema utilizar letras individuais moldadas em metal. A impressão como a conhecemos hoje, só foi possível quando um ourives de Mainz, na Alemanha, chamado Johann Gutenberg concebeu um meio original de fazer tipos a partir da segunda metade do século XV. Após muita experimentação, Gutenberg desenvolveu a idéia de fazer um molde de aço para cada letra, laboriosamente entalhado de uma determinada forma. (DEFLEUR;BALL-ROKEACH, 1993, 37)

Gutenberg preocupou-se, pois não estava certo de que aqueles que gastavam dinheiro com livros preferissem uma cópia à mão. Essa foi uma das razões pela qual escolhera uma bíblia de 42 linhas, como seu primeiro projeto que resultou em um enorme sucesso. (DEFLEUR;BALL-ROKEACH, 1993, 38)

Como consequência da imprensa veio a difusão da alfabetização, além do nascimento da indústria midiática (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993, 38).

Ao iniciar-se o século XVI, prensas com tipos móveis reproduziram milhares de exemplares de livros impressos em papel, que eram publicados em todas as línguas européias e, assim, podiam ser lidos por qualquer pessoa alfabetizada em seu idioma. A disponibilidade desses livros incentivou interesse mais disseminado pela aprendizagem da leitura. Pela primeira vez, as escrituras estavam acessíveis em outra língua que não o latim. A Igreja Romana não poderia mais guardar as escrituras sagradas graças ao emprego de uma língua antiga. (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993, 38-39)

Segundo o historiador Peter Burke (2004) a impressão gráfica facilitou a acumulação do conhecimento, por difundir as descobertas mais amplamente e por fazer com que fosse mais difícil perder a informação.

A acessibilidade das escrituras pelas pessoas comuns, em suas própria línguas, levou a desafios à autoridade e às interpretações de Roma. Um novo veículo de comunicação abriu caminhos para protestos contra a estrutura social e religiosa existente. O surto do Protestantismo levou a novas modificações profundas que tiveram impacto na sociedade ocidental até os dias de hoje. (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993, 39)

2. COMO SURGE O JORNALISMO NO BRASIL

No Brasil, a imprensa só surge em 1808, pois a administração colonial portuguesa impede a tipografia e o jornalismo até à chegada de D.João VI. (BAHIA, 1990, 9)

Segundo a doutora em Ciência Política Isabel Lustosa, (2003) o Brasil colonial, ao contrário de seus vizinhos na América Latina, não tinha universidades, fábricas e imprensa. As poucas tentativas de se criar tipografias foram interrompidas pela intransigência das autoridades portuguesas. Em maio, a administração colonial instala as oficinas da Impressão Régia e, no dia 10 de setembro faz circular a Gazeta do Rio de Janeiro.(BAHIA,1990, 9)

No dia 1º de junho e durante quase quinze anos, Hipólito da Costa edita o Correio Braziliense ou Armazém Literário, em Londres, onde vive como exilado. Seu jornal é moderno, dinâmico, crítico. Mensário, impõe-se pela opinião e pela informação política. (BAHIA, 1990, 9)

De acordo com Lustosa (2003), Hipólito da Costa chamou o seu jornal de Correio Braziliense porque, naquele começo de século XIX, brasileiros era o nome dado aos comerciantes que negociavam com o Brasil. Brazilienses eram os portugueses nascidos ou estabelecidos no Brasil e que se sentiam vinculados ao Brasil como à sua verdadeira pátria. Ao dar a seu jornal o nome de braziliense, Hipólito demonstrava que queria enviar sua mensagem preferencialmente aos leitores do Brasil.

Um ponto interessante é o formato e o conteúdo desse jornal e de outros da virada do século XIX para o século XX. O próprio papel da imprensa naquele contexto era visto de outra maneira. Em um tempo em que o acesso à educação era tão menos democrático, em que vivíamos as idéias disseminadas pelo iluminismo, a imprensa se firmara como um importante difusor da chamada Luzes. Naquele contexto, o jornalista era visto como um educador, cujos escritos jornalísticos deveria suprir a falta de escolas e de livros. (LUSTOSA, 2003,15)

Não é de se estranhar que o jornal tivesse o tamanho e a forma de um livro, composto de longos e densos artigos, onde a informação era veiculada de forma circunstanciada e analítica em textos que às vezes se prolongavam por vários dias seguintes. (LUSTOSA, 2003, 15)

O advento do jornalismo impresso no Brasil se dá no momento de transição da colônia para sede do poder real. O reino passa a ser governado do Brasil. O domínio português, de 1500 até o desembarque da comitiva de Dom João VI, se exerce para asfixiar toda e qualquer manifestação livre do pensamento. (BAHIA,1990, 9)

A palavra impressa é considerada crime. O Correio Braziliense paga caro o preço de se antecipar à Gazeta do Rio de Janeiro e de circular sem licença da censura. (BAHIA,1990,10)

Portugal é até 1808, contra à tipografia e ao jornal, pois vivíamos em um Brasil escravocrata e monocultor. (BAHIA,1990, 10-11)

É outra a realidade da imprensa nas Américas. A primeira tipografia do continente data de 1533, no México. A segunda, de 1584 no Peru. Há jornais que mais de século antes da Gazeta do Rio de Janeiro são tradicionais. Nos Estados Unidos, em fins de 1600, algumas tipografias estão preparadas para imprimir jornais. (BAHIA,1990, 12)

Destronado provisoriamente, mas apoiado agora num rico e novo Império, D. João VI aplica-se no Brasil a realizações que vão da abertura dos portos à reforma administrativa, de atos emancipatórios à modernização. As indústrias são declaradas livres. (BAHIA,1990, 12)

O número um da Gazeta sai a 10 de setembro. O jornal integra inovações culturais como o Liceu de Artes, as escolas médico-cirúrgicas, a Academia de Marinha, a Biblioteca Real.(BAHIA,1990, 12)

Nos primeiros números, a Gazeta aborda temas como a invasão e a ocupação de Portugal e Espanha pelos exércitos de Napoleão Bonaparte, a resistência de portugueses e espanhóis, as lutas entre franceses e ingleses, a rebelião da província do Porto, rivalizando em interesse com as informações internacionais do Correio Brasiliense, umas e outras sempre com muito atraso – quatro, seis meses – por que dependem do correio marítimo. (BAHIA,1990, 13)

Quando fica evidente a derrota francesa, o jornal volta a registrar os atos oficiais, porém com mais espaço para notícias e anúncios. A Gazeta vai publicando intermináveis relatos dos sucessos nas frentes portuguesas e espanholas pouco se dando à vida local, ao contrário do Correio Brasiliense que exprime uma visão crítica de fatos políticos, econômicos e sociais que envolvem o Brasil.(BAHIA,1990,13)

Desde junho de 1808, todos os órgãos da Imprensa Régia são subordinados a um conselho de censura prévia, cuja atribuição é a de: “examinar os papéis e os livros que se mandassem publicar e fiscalizar que nada se imprimisse contra a religião, o governo e os bons costumes”.(BAHIA,1990,13-14)

Com o tempo, a Gazeta, como qualquer outro jornal oficial ou não, adere a tabela de preços para anúncios. Já no primeiro número cria um sistema de circulação que usa ponto-de-venda e serviço de assinaturas com entrega domiciliar. E como ocorre com toda a imprensa, recebe antecipadamente o pagamento da assinatura. (BAHIA,1990, 15)

A publicidade comercial vai lentamente se definir. Surgem, animados pela veiculação graciosa, pequenos anúncios que mais adiante serão chamados de classificados. Prazos e regras da Gazeta servirão de modelo a jornais e revistas que vão se estabelecer no Rio e por todo o país. (BAHIA,1990, 17)

Até o ano de 1821 o Rio não conhece outra tipografia senão a Imprensa Régia. (BAHIA,1990, 17)

Somente no dia 28 de agosto de 1821, é que D. Pedro I, príncipe-regente, com o retorno de Dom João VI a Portugal, decreta o fim da censura-prévia a toda matéria escrita, tornando livre no Brasil a palavra impressa. Este ato decorre de deliberação das Cortes Constitucionais de Lisboa em defesa das liberdades públicas e apaga, em terras de Portugal, uma nódoa de três séculos por ação do poder do rei, do poder dos bispos e da Santa Inquisição. A essa iniciativa juntam-se dois fatos decisivos: o episódio do Fico (9 de janeiro de 1822) e a Independência (7 de setembro), ambos em

consequência da campanha pela separação do Brasil de Portugal desde a saída de D. João VI. Diz o aviso de D. Pedro:

A Gazeta não é um jornal de pauta variada, de seções e comentários, como o Correio Brasiliense. Seu perfil é de um órgão criado para informar sobre a vida administrativa e a movimentação social do Reino e que por ser o único aqui editado, absorve a história de forma documental: editais, pequenos anúncios, leilões, perdidos e achados, atos do governo. (BAHIA,1990, 18)

Limitada à conveniências da administração, a Gazeta do Rio de Janeiro reflete, como pode a sociedade da época. Desde às restrições à liberdade até a definição de regras culturais, comerciais e industriais que resultam de mudanças geradas na economia em geral e na produção agrícola ou mercantil. (BAHIA,1990, 19)

Convém examinar os fatores políticos que em Portugal e no Brasil, interferem para cercear a liberdade de pensamento e retardar a instalação de prelos na colônia, emprestando caráter acidental à Imprensa Régia e à Gazeta do Rio de Janeiro em 1808. (BAHIA,1990, 20)

Ao mesmo tempo que Portugal se consolida como colonizadora, também acontece a sua decadência marítima. O notável papel de Portugal na era dos descobrimentos – a imensa empresa comercial a que se lança no século XV a sociedade de aventureiros- já no século XVI é minado pelos concorrentes europeus. (BAHIA,1990, 20)

A idéia de povoar, que significa desenvolver e prosperar, não sensibiliza nenhum dos descobridores. O que interessa é o comércio. Como notara Anchieta, “a terra aqui é desleixada, remissa e algo melancólica. A energia que movimenta a expansão européia é exclusivamente econômica”.(BAHIA,1990, 20)

Na própria sede pode haver jornal, porque é mais fácil controlá-los de perto, submetê-los ao interesse dominante. Não porém, na colônia distante. (BAHIA,1990, 20).O Brasil não espera pela instalação oficial da imprensa e desenvolve pelos meios de que dispõe formas de difusão de idéias e de notícia.(BAHIA,1990, 21)

A instalação da imprensa no Brasil em 1808 marca o fim de uma colonização sistemática. No plano econômico representou a abertura dos portos e no plano cultural, as escolas superiores de artes e ciências. (BAHIA,1990,17)

A capacidade colonizadora de Portugal já estava se esgotando desde o século XVIII de modo a transformar o reino “em simples parasita de sua colônia” como observa Caio Prado Júnior (apud BAHIA,1990, 21).

A chegada da corte portuguesa ao Brasil é provavelmente o principal ato da fase final de desintegração do velho sistema colonial, suscetível por isso mesmo de desencadear ações renovadoras que vão permitir a autonomia nacional. O que sobra do regime monárquico ainda no século XIX vai cimentar o destino histórico e cultural do país. É quando Portugal importa o espírito liberal da Revolução Francesa, infiltrado pela maçonaria. (BAHIA,1990, 21)

A ação da imprensa é fundamental para o desenvolvimento da vida brasileira. A desagregação colonial é acelerada pelos exércitos de Napoleão e pelos interesses econômicos da Inglaterra, mas, enquanto nas outras colônias a ruptura com o Velho Mundo é violenta, conflituosa e armada, no Brasil

ela se exprime por transições ou transferências pacíficas, como as das bases da autonomia lançadas pelo governo da metrópole, a da colônia para a Independência e a do Império para a República. Entre os agentes dessas passagens do poder está a imprensa, historicamente mais indissociável do gênio político nacional do que qualquer outra instituição. (BAHIA, 1990, 22)

3. A ERA VIRTUAL

O capítulo três apresenta a história da *Internet* e suas características como a interatividade, a hipertextualidade, a instantaneidade, seu custo, seu público-alvo, entre outras que a transformaram em uma nova mídia bastante promissora e democrática. O jornalismo não tardará a aproveitar as potencialidades desta nova mídia, criando uma linguagem própria, com um profissional preparado para produzir as versões *online* dos jornais. Sugirá a necessidade de se repensar as técnicas da pirâmide invertida e uma nova linguagem com o aparecimento do hipertexto.

3.1 O aparecimento da Internet e seu uso como um novo meio de comunicação

O termo *Internet* foi criado com base na expressão inglesa “*Interaction or Interconnection between computer networks*”. Assim a *Internet* é a rede das redes, o conjunto das centenas de redes de computadores conectados em diversos países dos seis continentes para compartilhar a informação e, em situações especiais, também recursos computacionais. (PINHO, 2003, 4)

Em 1991, a grande novidade da *Internet* foi a invenção da *World Wide Web*, pelo engenheiro Tim Berners-Lee, que inspirou-se no projeto Memex, do cientista e engenheiro americano Vannevar Bush, para criar uma rede não hierárquica e com multipossibilidades de conexões. Segundo Lee, “o século anterior [XIX] fora dominado pela mentalidade enciclopédica, em que o objetivo primordial do gerenciamento de informações era encontrar o escaninho para cada pacote de dados”. (JOHNSON, 2000, 89 apud TABOADA, 2005, 35)

Vannevar Bush propôs em seu famoso artigo “We May Think” a criação de um dispositivo capaz de armazenar informações textuais e gráficas de tal forma que cada parte dos dados pudesse ser conectada (linkada) a outras, de forma arbitrária. (TABOADA, 2005, 36). Em 1945, logo após a Segunda Guerra Mundial, iniciou-se um processo de sobrecarga de informações, fruto da explosão da pesquisa durante os anos em que o mundo esteve em conflito.

Vannevar Bush, que na época era chefe da organização que coordenava o esforço de guerra dos cientistas norte-americanos, percebeu que o crescente número na produção de informações em breve iria provocar uma dificuldade para organizá-las ou mesmo localizá-las. Descontente com todos os tipos de armazenamentos e indexação de informações tradicionais, Bush difundiu a idéia de que a forma como se organizavam dados funcionava de maneira linear, enquanto o pensamento humano se estruturava de forma não-linear. Para o engenheiro, a produção de conhecimento estava se desenvolvendo em uma escala maior do que a nossa capacidade de processar esse conhecimento, o que ocorria em parte porque os sistemas de indexação utilizados eram artificiais. (TABOADA, 2005, 36)

O Memex deveria ser capaz de além de estocar informações de livros, gravações e comunicações, de disponibilizá-las com facilidade, rapidez e flexibilidade. (TABOADA, 2005, 36)

Tim Berners-Lee, ao idealizar a www, buscou concretizar a idéia de Vannevar Bush. Para isso inspirou-se também em Ted Nelson, filósofo, sociólogo e teórico do campo de hipermídia e no termo hipertexto, criado por Bush cerca de 20 anos após a publicação do artigo “As We May Think”: “[...] hipertexto significa uma escrita não seqüencial – texto que se ramifica e oferece opção aos seus leitores. Uma melhor leitura numa tela interativa”. (BUSH, 2001 apud TABOADA, 2005, 37)

A *World Wide Web* foi criada, então para ser esse dispositivo, ou algo bem próximo dele. O próprio nome traduz o que se esperava: um sistema hipertextual com uma estrutura descentralizada que permite a conexão entre um ponto e qualquer outro na rede. Navegar nessa rede seria o mesmo que construir um hipertexto. E na verdade, por princípio, toda a *World Wide Web* poderia ser vista como um único hipertexto, uma vez que qualquer site que nela esteja hospedado pode ser na teoria linkado a qualquer outro. (TABOADA, 2005, 37)

Na rede criada por Tim Berners-Lee construir um hipertexto é o mesmo que realizar conexões. O hipertexto difere-se do estilo de leitura estabelecido em meios de comunicação tradicionais como livros e revistas. (TABOADA, 2005, 37)

Segundo Taboada (2005) por mais que se possa ler uma revista ou jornal pela última página, por exemplo, não é possível ir tão mais longe nessa transgressão, pois ambos já serão produtos acabados, em que as informações não poderão sofrer mais nenhuma mudança estrutural. Já o hipertexto é hierárquico e sem qualquer tipo de ordem preestabelecida, o que permite uma leitura fragmentada, multilinear e principalmente, valoriza o papel do leitor (receptor) na construção da narrativa. (TABOADA, 2005, 38)

O autor ou o editor de textos em meios não digitais é o responsável por ordenar os dados contidos no produto impresso de forma que guie os leitores. As informações são marcadas e distribuídas na página com uma hierarquia bastante definida e pensada. (TABOADA, 2005, 38)

Por mais que o leitor possa ler uma matéria de jornal começando pelo último parágrafo e depois pelo lead, é preciso notar que essa leitura não-linear é diferente da não-linearidade intrínseca ao hipertexto, visto que este é não-linear em sua essência. (TABOADA, 2005, 38-39)

O hipertexto não tem um determinado início e um determinado fim. Na verdade ele tem inúmeros começos e finais. Cada usuário ao construir o seu hipertexto, é quem determina a sua linearidade. Portanto mais do que não-linear, o hipertexto é multilinear. (TABOADA, 2005, 39)

Com a *internet*, o texto não é mais uma estrutura fechada. Apesar de todo texto possuir inúmeras interpretações, as características intrínsecas do hipertexto foram de certa maneira, responsáveis pela aposta de muitos teóricos nas práticas libertárias e democráticas que a *internet* poderia promover.(TABOADA, 2005, 40)

O hipertexto e a estrutura em rede permitiu uma interatividade desconhecida nos meios de comunicação de massa. A troca de informações que seguia o modelo um -todos – ou seja, um emissor para vários receptores – passou a poder se orientar pelo padrão todos-todos. (TABOADA, 2005, 41)

Segundo Taboada (2005) “cada usuário é um emissor potencial por poder lançar dados na rede que podem ser captados por outros usuários em diversas partes do mundo, desde que estejam também conectados.”

Para o filósofo Pierre Lévy (1999 apud TABOADA, 2005, 45-46):

Qualquer grupo ou indivíduo pode ter, a partir de agora, meios técnicos para dirigir-se, a baixo custo, a um imenso público internacional. Qualquer um (grupo ou indivíduo) pode colocar em circulação obras ficcionais, produzir reportagens, propor sínteses e sua seleção de notícias sobre determinado assunto

De acordo com o Diretor do Centro para o Estudo da Sociedade de Informação Sheizaf Rafaelli, e Robert Larose, Professor do Departamento de Telecomunicação da Universidade de Michigan a Internet se tornaria um meio de comunicação de massa novo e colaborativo, com uma ampla audiência segmentada e sofreria um mínimo de controle editorial. (TABOADA, 2005, 43)

Oferecendo notícias, entretenimento, serviços e negócios, a rede mundial ainda é um novo meio de comunicação que rivaliza com a televisão, o jornal e outros veículos de troca e difusão da informação.(PINHO, 2003,5)

Segundo Pinho (2003), doutor em Ciências da Comunicação, algumas características que diferem a rede mundial dessas mídias são: a não-linearidade, a fisiologia, a instantaneidade, a dirigibilidade, a qualificação, os custos de produção e de veiculação, a interatividade, a pessoalidade, a acessibilidade e o receptor ativo.

Em relação a não-linearidade, as diferenças entre o material que é impresso em papel e o que é visualizado na tela do monitor de um computador são grandes, afetando profundamente o modo como as pessoas absorvem e reagem à mensagem a que se tenta transmitir. (PINHO, 2003, 50)

Enquanto os veículos de mídia impressa e de mídia eletrônica sofrem restrições de espaço e de tempo, na *internet* a informação pode ser instantaneamente dirigida para a audiência sem nenhum filtro. (PINHO, 2003,52)

A *internet* no Brasil apresenta um público jovem e qualificado, com alto nível de escolaridade, elevado poder aquisitivo e um perfil ocupacional em que predominam as posições de empresário, executivo e autônomo. Por essas características, a audiência da internet deve merecer a atenção também como importante formadora de opinião. É claro que não podemos esquecer que a TV no Brasil, ainda é o principal veículo de comunicação em termos de audiência e cobertura nacional. (PINHO, 2003, 53)

O custo de produção da *internet* é pouco dispendioso. Depois dos investimentos iniciais em hardware e software, o uso da rede tem um custo pequeno em relação à televisão e mesmo da mídia impressa. (PINHO, 2003, 53)

Shel Holtz, diretora da Holtz Comunicação e Tecnologia (1999, apud PINHO, 2003, 53) alerta para o fato de que diante de uma tela do computador, o internauta tem latente a expectativa de interatividade. Assim o conteúdo online que não ofereça um padrão mínimo de interação tem pouco valor para o usuário e inibe a compreensão da mensagem.

Segundo Pinho (2003) um site *web*, por exemplo, está disponível ao acesso dos usuários 24 horas por dia, sete dias por semana, 365 dias por ano.

Enquanto a *web* é uma mídia *pull*, que deve puxar o interesse e a atenção do internauta, a tv e o rádio são mídias *push*, nas quais as mensagens são empurradas diretamente para o telespectador ou ouvinte, sem que ele a tenha solicitado. (PINHO, 2003, 55)

3. 2 O JORNALISMO DESCOBRE A INTERNET

Qualquer que seja a sua denominação – jornalismo digital, jornalismo *online* ou webjornalismo – o jornalismo marca sua presença na *World Wide Web* oferecendo informação e conteúdo, em especial nos sítios de jornais e revistas impressas que migraram para a rede mundial, nos sítios de agências de notícias, nos sítios noticiosos especializados, nos portais e nos sítios de instituições e empresas comerciais. (PINHO, 2003, 113)

Quando a *World Wide Web* surgiu, em 1991, causou um verdadeiro impacto nos meios de comunicação. Em um primeiro momento, os jornalistas, que utilizavam os computadores apenas para redigir e editar textos, começaram a utilizar os *browsers* de maneira incipiente, como um novo recurso para o acesso a informações disponibilizadas em banco de dados e em sites de todo o mundo. (PINHO, 2003, 114)

O jornalismo digital nasce em 1981, quando o jornal Columbus Dispatch, nos Estados Unidos, disponibiliza todo conteúdo da edição diária na rede, cobrando uma taxa para os usuários. (MATTOSO, 2003, 19)

Manta (apud MATTOSO, 2003, 19) cita que ainda na década de 80, experiências com vídeo-texto foram produzidas por grupos como o Time, o Time-Mirror e o Knight-Ridder. Logo depois, os poucos jornais digitais passaram a ser mantidos por empresas de serviços online.

O Professor de Jornalismo Lewis A. Friedland analisou um experimento realizado, em janeiro de 1994, na University of Wisconsin School of Journalism and Mass Communication para demonstrar suas esperanças no potencial democrático na *internet*. O Online Wisconsin, modo como o projeto era chamado, foi um dos primeiros jornais de notícias da www, na Raleigh News and Observer (Carolina do Norte, EUA), e explorava as possibilidades que a nova mídia trazia ao acesso da informação. De

acordo com Friedland, jornais desse tipo demonstravam o potencial democrático de realizar publicações na rede. (TABOADA, 2005, 45)

O diferencial do Online Wisconsin era que sua hipertextualidade, característica do meio, começava a ser explorada ao narrar histórias que enfatizavam diferentes pontos de vista. A publicação oferecia subsídios para que cada leitor construísse sua própria opinião. O público deveria ser capaz não apenas de ler uma narrativa, mas também de participar dela, tanto verificando a veracidade como acrescentando informações à história.

Friedland almejava que esse processo tivesse um grande impacto nas práticas democráticas da sociedade. (TABOADA, 2005, 46)

De acordo com a Mestre em Comunicação e Cultura, Regina Coeli (2004) o jornalismo online como todos os meios de comunicação emergiu de uma evolução tecnológica. Assim como a imprensa modificou-se com as rotativas, o rádio com o transistor, a televisão com a alta definição e a convergência com a informática, o jornal eletrônico sofreu interferência da *Internet* sobremaneira nas formas de apresentação das notícias.

É interessante observar que o jornalismo *online* não exterminou o jornalismo noutros *media*, pois várias pesquisas mostram, que ao contrário, ganhou novos leitores, conquistados pelas informações disponíveis nas redes. Embora tenha modificado as rotinas jornalísticas de produção e difusão de informação, os jornais impressos não perderam audiência com as versões *online*. (MAGALHAES, 2004, 63)

Estudos comprovam que os utilizadores não vêem como concorrentes as edições online e impressas de um mesmo jornal, mas como complementares, e continuam muitas vezes a comprar a versão impressa ainda que também consultem a versão online (MAGALHAES, 2004, 64)

Apesar de inspiradas no exemplo e no sucesso de versões *online* de revistas e jornais norte-americanos e ingleses, não demorou muito para que tradicionais empresas jornalísticas brasileiras ingressassem na *World Wide Web*. (PINHO, 2003, 114)

A primeira iniciativa partiu do Grupo O Estado de São Paulo, que em fevereiro de 1995, colocou a Agência Estado na rede mundial. (PINHO, 2003, 114)

No dia 28 de maio do mesmo ano coube ao Jornal do Brasil apimazia de ser o primeiro veículo a fazer uma cobertura completa no espaço virtual, seguidos por outros títulos da grande imprensa, como O Estado de São Paulo, Folha de São Paulo, O Globo, O Estado de Minas, Zero Hora, Diário de Pernambuco e Diário do Nordeste. (MOHERDAUI, 2000, 22 apud PINHO, 2003, 114)

No ano de 2000, o provedor IG, lançou o primeiro jornal totalmente concebido para a web, o Último Segundo, com material de agências de notícias e um time próprio de repórteres. Logo em seguida, os portais começaram a produzir conteúdos jornalísticos em larga escala. (MATTOSO, 2004, 20)

O objetivo principal de os jornais migrarem para o ciberespaço com suas cópias bem semelhantes às edições impressas, no início, era alargar a audiência. Porém apenas disponibilizavam cópias do dia anterior, pois temiam que os leitores pudessem perder o interesse pelas edições de papel. Não foi difícil perceber que por outro lado, era preciso fabricar um produto específico para a internet. Criaram-se, por exemplo, as hiperligações com outras páginas, para que houvesse o aprofundamento

dos leitores com os noticiários quando desejassem e, além disso, a atualização permanente dos acontecimentos passou a ser uma constante. (MAGALHÃES, 2004, 64)

Dessa forma, os jornais *online* possibilitam aos leitores estabelecerem sucessivas ligações através dos hipertextos decidindo o seu próprio percurso pela informação. (MAGALHÃES, 2004, 64)

3.2.1 Características do meio

A abundância de informação, incluindo a informação disponibilizada por meios concorrentes, e de fontes na *internet* coloca ainda ao jornalista o problema de avaliação das fontes, no que respeita ao interesse, veracidade e importância da informação e credibilidade da própria fonte, num quadro de grande concorrência. (MAGALHÃES, 2004, 65).

Regina (2004) cita ainda que uma característica que deve ser analisada no webjornalismo é a interatividade com o leitor. Pois devido ao excesso de contatos, o jornalista pode não atender à expectativa do consumidor. Por outro lado, com a superabundância de recursos noticiáveis, podem-se buscar contatos mais ricos e variados em outros ambientes ou sítios virtuais nacionais ou internacionais. (MAGALHÃES, 2004, 65-66)

O jornalista Guilherme de Queiroz Mattoso (2003) diz que na *internet*, a análise dos fatos jornalísticos tem como aliada – ou inimiga – uma série de recursos que aproximam o repórter do leitor, fazendo com que estes sintam-se cada vez mais parte integrante do processo comunicativo. Segundo o jornalista, o crescimento acelerado do webjornalismo está estreitando de forma incrível, a relação entre o jornalista e o consumidor da notícia e que a interatividade entre o leitor e o produtor de conteúdos é uma das mais interessantes aplicações que a *internet* trouxe para o “novo” jornalismo nas redes.

Chats, e-mails, fóruns, pesquisas e sistemas de comentários são alguns dos recursos mais utilizados na rede que tornam possível a interatividade de forma massiva. (MATTOSO, 2003, 22)

Outra qualidade do jornalismo *online* para Mattoso (2003) é o uso do hipertexto, que representa a possibilidade do leitor em conduzir a própria leitura. Mattoso (2003) explica também a idéia de que no webjornalismo, a técnica da pirâmide invertida não tem mais razão de ser, uma vez que um primeiro texto introduz o mais importante da notícia e o restante da informação estaria ligado ao fato principal através dos atalhos de hiperligações.

Já para o jornalista brasileiro Rosental Calmon Alves (2005), a pirâmide invertida é ideal para um meio nervoso e interativo como a web, especialmente em relação as *hard news* ou seja, as notícias de última hora que são o forte do jornalismo *online* na fase atual.

As pesquisas mostram que o horário nobre do jornalismo é justamente durante o expediente de trabalho e que as pessoas consultam os sites jornalísticos muitas vezes ao dia. Para o jornalista “essas pessoas parecem buscar uma forma de se informarem de maneira rápida e direta sobre o que acaba de acontecer ou o que está acontecendo no mundo”. Dessa forma, Rosental acredita que a pirâmide invertida, o estilo tradicional de redação originário da era do telégrafo, ainda tenha espaço no jornalismo digital, pois:

Mesmo quando se experimentam técnicas de desconstrução, ou de narrativa não-linear, ainda vale o princípio básico da pirâmide invertida: dizer logo de que se trata, apesar de deixar ao leitor a

possibilidade de navegar pela narrativa da forma que queira, em lugar de sugerir apenas um caminho seqüencial

Desde junho de 1996, o engenheiro Jakob Nielsen (apud ROSENTAL, 2005) defende o uso da pirâmide invertida, como a forma mais eficiente para se redigir na *web* em geral, mesmo em sítios não jornalísticos e ao realizar testes, mediu que os textos em formato jornalístico são facilmente entendidos pelos internautas.

Para Regina Coeli (2004) o jornalismo *online* apresenta uma vantagem em relação aos outros meios. É o que se chama complementariedade: o internauta pode enriquecer-se com a leitura de vários jornais *online* quase ao mesmo tempo. Assim, os mesmos noticiários podem ser analisados tanto pelo leitor como pelo jornalista sobre vários ângulos, dependendo apenas do contato com as fontes: mais intensivo, seletivo ou abrangente.

Essa overdose informativa exige que o jornalista e os interessados na leitura dos acontecimentos apresentados em rede, aprendam a selecionar, processar, sintetizar, organizar e hierarquizar as informações com o número inquantificável de sites. Inclusive, entram em jogo fontes alternativas, não jornalísticas ou para-jornalísticas. E dessa forma, devido à concorrência entre os provedores da *internet*, o escritor de notícias digitalizadas precisa fazer primeiramente a gestão do que acontece para entregá-las o mais objetiva possível aos interessados e manter a sobrevivência do jornal virtual (MAGALHÃES, 2004, 68).

Sabe-se que os textos longos prejudicam o acesso, pois alguns jornalistas da *web* não usam as potencialidades expressivas da internet no fabrico da webnotícia, pois se exigem competências específicas para tal prática. O ciberjornalista precisa de uma formação que o prepare para que escrevam nos jornais online textos curtos e conclusivos.

Precisa-se também saber fazer as hiperligações que podem e devem elucidar, caso o utilizador deseje ou não passar de texto para texto, um recurso do espaço multimédia. (MAGALHÃES, 2004, 68)

Quanto ao futuro do jornal impresso, o especialista em Tecnologia e Comunicação, Wilson Dizzard (2002 apud MAGALHÃES, 2004) cita a antevisão de Paul Saffo, pesquisador adjunto do Institute for the Future de que o papel não vai desaparecer, mas a mídia sem papel absorverá mais do nosso tempo. Eventualmente nos tornaremos sem papel, assim como outrora nos tornamos sem cavalo. Os cavalos estão por aí, mas os que os utilizam fazem-no como hobby, não para viajar.

Para Nelson Sirotsky (2006), Presidente da Associação Nacional de Jornais (ANJ) o futuro dos jornais não é uma questão tecnológica. Cita o caso do Japão, que sendo um dos países mais tecnológicos do planeta, detém 21 dos 100 maiores jornais em circulação no mundo segundo um levantamento da Associação Mundial de Jornais (WAN).

Enquanto isso, pesquisas realizadas pela American Society of Newspapers Editors (ASNE) mostram que muitos Americanos pararam de ler jornais impressos. A perda de leitores de jornal na faixa de jovens adultos é a mais perturbadora tendência. A Pew Research for the People and the Press, em 1988, confirma que “apenas 28% dos jovens ouvidos tinham lido um jornal no dia anterior, comparando com 69% dos adultos mais velhos.” (MAGALHÃES, 2004, 69)

Para Sirotsky (2006), mesmo no Brasil, onde o índice de penetração de leitura é de apenas 47 exemplares para cada 1000 habitantes adultos, há circulações comparáveis às do Primeiro Mundo. No Rio de Janeiro, por exemplo, são 103 exemplares por dia.

Uma pesquisa encomendada pela Associação Nacional de Jornais (ANJ) no ano de 2005 demonstrou alguns dos benefícios trazidos pela leitura de jornais, do ponto de vista da inserção do cidadão na sociedade. O estudo comprovou que o leitor assíduo de jornal é uma pessoa com maior consciência política e social e liderança de opinião, quando comparado com a média nacional ou com o grupo de leitores esporádicos. (SIROTSKY, 2006, 40).

Sirotsky (2006) cita que diversos estudos na área comercial já revelaram que o jornal é o veículo mais utilizado para a decisão de compra, ou seja, um canal extremamente promissor para o anunciante. E, segundo sua opinião pessoal, o jornal faz parte da vida das pessoas, especialmente das adultas e por isso têm uma extraordinária capacidade de resistir ao tempo e às novidades.

4 OS BLOGS: DEMOCRACIA VIRTUAL

Os *blogs* surgiram no final da década de 90, como diários pessoais mas passaram em pouco tempo a serem utilizados com diversas finalidades, como ensino, política, cultura, jornalismo, etc.

Pela sua linguagem fácil e pelo aparecimento de ferramentas gratuitas de como criar esses dispositivos, houve um crescimento acelerado em pouco tempo dos *blogs*. Milhares de pessoas, jornalistas ou não começaram a ter voz através dos *blogs*, a medida em que começaram a discutir e debater assuntos que não eram discutidos pela mídia tradicional ou aqueles assuntos que eram, mas que passavam a ganhar diferentes abordagens.

Criou-se assim uma polêmica em relação a se o uso de *blogs* no jornalismo era credível ou não e se àqueles que de certa forma utilizam os *blogs* para divulgar assuntos de interesse público poderiam ser considerados jornalistas.

O uso dos *blogs* no jornalismo trouxe de volta o conceito de jornalismo cívico da década de 80, além de novas denominações para o jornalismo atual como jornalismo colaborativo, democrático, participativo, etc.

Com os *blogs* a questão da interatividade atingiu o seu ápice, no sentido da democratização da informação e na mudança do papel do receptor que muitas vezes terá também o papel de produtor da notícia.

4.1 História dos Blogs

De acordo com Catarina Rodrigues (2006) a alteração tecnológica foi uma das causas que contribuiu para uma mudança radical do espaço público. Podemos mesmo falar de uma multiplicidade de espaços públicos que vigoram graças à crescente utilização de novas tecnologias de informação e da comunicação.

Para o Doutor em Ciências da Comunicação, João Carlos Correia (2004 apud Rodrigues, 2006, 24) no sentido da democratização do sistema midiático, surgiram oportunidades como uma certa proliferação da imprensa alternativa, a democratização das redes informáticas, a expansão de rádios e televisões comunitárias e as televisões de acesso público.

Assiste-se assim a uma transformação estrutural do espaço público que se manifesta “através da segmentação dos fenômenos de produção e recepção.” Este fenômeno se deve em grande parte à *Internet*, as novas tecnologias, à mediatização generalizada e acima de tudo à facilidade que cada indivíduo têm na publicação pessoal. (RODRIGUES, 2006, 26)

Os *blogs* vieram permitir algo novo que os media de massas não podiam dar, pelo menos com total plenitude: a possibilidade de cada um dar a sua opinião sobre um determinado assunto. (ibid., 25)

Os *blogs* surgiram no final da década de noventa. Calcula-se que existam mais de um milhão deles e que a cada 40 segundos um novo está sendo criado. Inicialmente classificados como diários virtuais, estes dispositivos foram ganhando destaque no mundo em outras áreas tornando-se um importante canal de comunicação. (MATTOSO, 2003, 27)

De acordo com Rebeca Blood (2002 apud RECUERO, 2005) a idéia de *weblog* é antiga e remonta ao início de 1999. Eles se caracterizam, principalmente pela forma, baseada em microconteúdo, na organização cronológica e em frequente atualização. São populares pela facilidade de publicação na *internet*, pois dispensam o conhecimento de ferramentas como o HTML, e simplificam o processo de construção de um site pessoal.

Recorde-se que *blog* é uma abreviação de *weblog* que resulta das palavras inglesas *web* (rede) e *log* (diário de bordo onde os navegadores registravam os pormenores das viagens realizadas).(MATTOSO, 2003, 28)

O dicionário *Marketing Terms* define o *blog* como um site (ou parte de um site) onde os usuários atualizam o conteúdo de forma cronológica, onde os *e-journals* podem atualizar suas informações de forma mais veloz. (MATTOSO, 2003, 28)

Segundo o jornalista Paulo Miguel Madeira (2003 apud MATTOSO, 2003, 28), eram entusiastas da rede que aprenderam a usar o código HTML ou visionários que, sem querer, através de suas páginas pessoais já expunham uma idéia do que viria a seguir.

O frenesi, a mania e a explosão dos *weblogs* podem ser encarados como um topo máximo de um gráfico que começou a ser traçado na década de 70, quando um “movimento social” iniciado na Califórnia lutava sob o lema “Computadores para o Povo”. (MATTOSO, 2003, 32)

O surgimento de um dos primeiros *blogs* no mundo, o *Scripting News* (<http://www.scripting.com>) é atribuído a Dave Winer em 1997. (RODRIGUES, 2006, 26)

Até meados de 1998, o número de *blogs* não passava de uma centena, mas dia após dia, novos internautas passaram a criar os seus próprios sites. Esse crescimento continuou em 1999 com força total até que em junho, a empresa Pitas lançou a primeira ferramenta grátis de como montar seu próprio *weblog*. (MATTOSO, 2003, 28)

Nessa altura, o número de diários pessoais já era enorme. Foi então em agosto desse mesmo ano que Evan Williams, da Pyra Labs, de São Francisco, criou o “*Blogger*” (<http://www.blogger.com>). Por ser um serviço gratuito, de fácil manuseio, estando ao alcance de qualquer indivíduo que tenha

acesso à *internet*, o site causou uma verdadeira explosão no número de adeptos do serviço. (MATTOSO, 2003, 28)

De acordo com Mattoso (2003), surgiram em seguida outros *softwares* como o Velocinews (<http://velocinews.com>), Weblogger (<http://www.weblogger.com>), o Groksoup (<http://www.grohol.com>), entre muitos outros que permitiram que milhares de pessoas pudessem ter a sua própria página na *internet*, podendo atualizá-las quase que instantaneamente. (ibid.,28)

Os *blogs* simplificaram a linguagem da *Internet* tanto para o editor, como para o internauta que o visita. Se os *blogger*s não encontram barreiras em editarem os seus textos, os leitores irão se deparar com uma configuração simples e direta, que oferece uma leitura prática e não-linear, através dos hiperlinks. (MATTOSO, 2003, 29)

Até se tornar uma grande febre, os primeiros *weblogs* funcionavam como guia de sites, que através de links para outras páginas, conduziam o leitor em uma navegação de pilhagem, que segundo Pierre Levy (1999 apud MATTOSO, 2003, 29), é quando estamos: vagamente interessados por um assunto, mas prontos a nos desviar a qualquer instante de acordo com o clima do momento, (...) acabando sempre por encontrar alguma coisa, derivamos de site em site, de link em link, recolhendo aqui e ali coisas de nosso interesse.

Esses atalhos sempre vêm acompanhados de um comentário, uma resenha ou uma crítica do editor. Essa seleção de hipervínculos poupa o internauta de uma busca incessante por um determinado assunto, sem que o leitor consiga encontrar o que realmente deseja. (MATTOSO, 2003, 29)

Esses *blogs* são chamados de “*filter-style weblogs*” e desempenham uma dupla função: filtrar a informação, poupando tempo de quem busca um determinado assunto e comentar a informação que foi selecionada, funcionando como um *ombudsman* muito comum nas redações. (ibid.,30)

Os *weblogs* também podem ser usados como fonte de pesquisa ou ensino, sendo essa apenas uma faceta desses *blogs* pessoais. (MATTOSO, 2003, 29)

De acordo com o jornalista Mario Lima Cavalcanti (2003 apud MATTOSO, 2003, 31) uma ação concreta nesse sentido, ajudaria a eliminar o rótulo de “diários virtuais de adolescente”, que a grande mídia insiste em disseminar.

É fato que milhares e milhares de *blogs*, de vários países, servem unicamente como diário online e incrivelmente, conseguem alcançar bastante notoriedade. Em alguns casos, até mais do que um bom diário dedicado a notícias e crônicas sobre o dia a dia da sociedade brasileira. (MATTOSO, 2003, 31)

Mattoso (2003) afirma que esse voyeurismo, não chega a ser uma patologia, mas as pessoas simplesmente têm curiosidade em explorar a vida alheia, não importa como. Não é de se espantar que a maioria dos internautas com diários virtuais seja formada segundo Pierre Levy (1999), por uma “juventude metropolitana escolarizada” que almeja a criação de comunidades virtuais.

Segundo Rebeca Blood (2000 apud MATTOSO, 2003, 31) além do “*filter-styleweblog*”, surgiram na segunda metade de 1999, os “*journal-style weblogs*”, trazendo para a internet uma nova forma de se fazer jornalismo.

Para Rebeca Blood (op.cit), os *journal-style weblogs* mudaram o conceito dos blogs de “lista de links com comentários e opiniões pessoais” para um modelo de “website atualizado frequentemente com novos textos postos no topo da página”.

No decorrer de 1999 até os dias atuais, os blogs jornalísticos não apenas imprimem uma visão pessoal sobre um determinado fato, mas centenas de milhares deles irão discutir e debater a notícia, permitindo que o editor de um weblog esteja alimentando uma prática metajornalística.(MATTOSO, 2003, 33)

O *weblog* pode ser considerado uma espécie de metajornalismo, a medida que comenta a notícia e confronta veículos concorrentes ou pontos de vista conflitantes.(MATTOSO, 2003, 34)

O metajornalismo é uma forma de jornalismo que não se baseia diretamente nas fontes de informação, mas nas notícias, nas opiniões e no trabalho realizado pela imprensa em geral. O metajornalismo é praticado por exemplo, pelo Observatório da Imprensa e consiste na análise crítica do trabalho realizado pelos media. (MATTOSO, 2003, 34)

Outra característica dos *blogs* é a interatividade. A maioria permite comentários em seus conteúdos quase que em tempo real, cumprindo a promessa da *web* de proporcionar a troca de informação entre as pessoas de uma forma instantânea, independentemente de sua localização geográfica. (RODRIGUES, 2006, 72)

Esta forma de publicação pessoal e auto-edição parece de fato alargar o espaço de participação dos cidadãos, multiplicando ou criando novos espaços públicos que podem ou não ser ampliados pelos media e pela sociedade em geral. (RODRIGUES, 2006, 28)

A troca livre de idéias possibilitada a todos remete para o conceito de democracia que só existe se os cidadãos puderem expressar-se, trocar argumentos e dar a sua opinião livremente, sendo que esta posição pode ser criticadas por outros de forma igualmente livre. (RODRIGUES, 2006, 28)

Os *blogs*, pelas suas características próprias, podem ser vistos como uma nova forma de intervir no espaço público, apesar de se dirigirem a uma audiência normalmente segmentada.

Segundo Catarina Rodrigues (2006), apesar de partirem da individualidade dos autores, os blogs teriam vantagens face à concepção de esfera pública de Jürgen Habermans, uma vez que teriam um perfil mais democrático. Habermans definiu o espaço público como:

a esfera intermediária que se constitui historicamente, na Época das Luzes, entre a sociedade civil e o Estado. É o lugar acessível a qualquer cidadão, no qual se reúne um público para formular uma opinião coletiva. O intercâmbio discursivo de posicionamentos razoáveis sobre problemas de interesse geral permite o surgimento da opinião pública”.(WOLTON , 2000, 199 apud RODRIGUES, 2006, 6)

Com os novos meios que existem na *web*, não existem fronteiras. Na sua maioria, estes meios não são institucionalizados: pertencem a quem neles participa. Surgem ainda novas formas de expressão e comunicação que têm influência nas relações sociais e nos processos de produção, reprodução, construção, reconstrução e representação da realidade.(RODRIGUES, 2006, 14)

Um cidadão pode agora ser, não apenas receptor, mas também produtor de informação, com a vantagem de o fazer a custos reduzidos. Neste domínio, é imprescindível falar dos *blogs*, onde o espaço de liberdade no que diz respeito à troca de idéias, parece ser total.(RODRIGUES, 2006, 15)

Para Rodrigues (2006), os *blogs* impulsionaram a formação de novos espaços e discussão o que em determinados pontos faz lembrar algumas idéias defendidas por Jürgen Habermans, embora lembrando que o contexto histórico seja diferente.

Em sua obra “Mudança Estrutural da Esfera Pública”, o filósofo Habermans (1994 apud RODRIGUES, 2006,15) fala do declínio da esfera pública burguesa e do surgimento do capitalismo industrial e da democracia de massas.

Para o autor, a esfera pública burguesa é um espaço homogêneo onde as pessoas utilizam a razão para a troca de argumentos e idéias. Antes das pessoas começarem a discutir questões políticas, discutiam literatura, entre outros temas de natureza diversa que as mobilizavam.(RODRIGUES, 2006, 17).

As primeiras manifestações desta esfera pública burguesa surgem nos chamados salões e nos cafés. Segundo o autor, o crescimento do público burguês foi possível devido à crescente transmissão de informação, principalmente a nível mercantil e financeiro. (RODRIGUES, 2006, 17)

Os conceitos modernos de público e privado nasceram na época do Iluminismo, apesar do conceito de espaço público já ser anterior enquanto forma que permitia a troca de opiniões entre os cidadãos, nomeadamente sobre assuntos de ordem política. O espaço público é, pois, condição essencial para o desenvolvimento da instância política moderna (RODRIGUES, 2006, 15-16)

Habermans (1994 apud RODRIGUES, 2006, 16) nota que para os gregos, a cidade (polis) é o que tem em comum para todos os cidadãos livres e que está estritamente separada da esfera privada (oikos), que é própria de cada indivíduo.

Em seu livro “Blogs e a Fragmentação do Espaço Público”, Catarina Rodrigues (2006) diz que no século XVIII, aparece todo um conjunto de obras centradas na vida das pessoas comuns pertencentes à burguesia emergente, que adquiriram uma visibilidade crescente.

Para o doutor em Ciências da Comunicação João Carlos Correia (1998 apud RODRIGUES, 2006, 18) a esfera pública de Habermas significa:

a emergência de uma forma de racionalidade que se identificou com a emancipação, em relação às explicações metafísicas e teológicas; o aparecimento de uma forma de subjetividade constituída na vivência da família restrita, da literatura e da propriedade, e que teve a sua tradição política na emergência do cidadão, isto é, do sujeito livre e racional que participa na formação de uma opinião esclarecida; o aparecimento de uma publicidade crítica entendida como a publicitação, com vista ao debate, das decisões do poder, a fim de que a legitimidade de tais decisões fosse obtida no tribunal da opinião pública; e o exercício efetivo de formas dialógicas de interação no debate em ordem à constituição da opinião mais esclarecida.

O autor refere assim algumas componentes da esfera pública idealizada por Habermans como a capacidade argumentativa e a liberdade de problematização e questionamento do cidadão com base na troca de argumento entre iguais. A comunicabilidade entre os indivíduos na esfera pública era assim identificada com o exercício da razão. (RODRIGUES, 2006,18)

Para Rodrigues (2006) há algumas semelhanças entre este modelo da esfera pública de Habermans e a blogosfera, no sentido em que ambas se configuram como uma instância onde todos podem falar, questionar-se e debater sobre tudo.

A liberdade criativa, a instantaneidade, a interatividade e a ausência de constrangimentos econômicos são características fundamentais apresentadas pelos *blogs*. Estes dispositivos podem tanto exercer uma vigilância crítica e constante sobre os meios de comunicação social, como também informar e debater muitas vezes assuntos que são de interesse público. (RODRIGUES, 2006, 27)

A propósito da *internet*, a doutora em Ciências da Comunicação Maria João Silveirinha (2003 apud RODRIGUES, 2006, 27) dizia que esta:

pode ser lida como um espaço neutro, não-coercivo para a livre troca de idéias. Os textos geralmente são publicados sem restrições de conteúdo, o anonimato pode ser assegurado e os marcadores de gênero, raça, e classe, se bem que não estejam ausentes, podem ser evitados. Nesse sentido, as relações de poder são minimizadas. É preciso convencer pela persuasão, não pela força. No entanto, não se pode ignorar a comunicação ‘desespacializada’ operada na Internet, ou transferir para a comunicação mediada por computador um modelo habermasiano de interação humana para descrever a tomada de decisões pela interação face-a-face.

Para Catarina Rodrigues (2006), apesar de todas as cautelas esta concepção da *internet* em geral pode aplicar-se ao caso concreto dos *blogs*.

A interatividade é um dos aspectos que atinge nos *blogs* a sua total plenitude. A maioria permite comentários sobre os seus conteúdos em tempo real. Para além disso, através dos links e hiperligações, cada blog acaba por ser uma sugestão para visitar outros *sites*, outros *blogs*, outras opiniões. (RODRIGUES, 2006, 28)

Os *blogs*, pelas suas características próprias podem ser vistos como novas formas de intervir no espaço público, apesar de se dirigirem a uma audiência normalmente segmentada, pois partem da individualidade do seu autor. (RODRIGUES, 2006, 29)

Os *blogs* são também um bom exemplo de recuperação de uma subjetividade opinativa, muito presente no jornalismo antes da industrialização e que entretanto se havia perdido. (RODRIGUES, 2006, 30)

Ao longo dos anos, a opinião difundida através dos meios de comunicação obteve uma grande importância, a qual diminuiu de forma significativa, com a indústria de massas e com os interesses econômicos. (RODRIGUES, 2006, 31)

Habermans (1994 apud RODRIGUES, 2006, 31) define o conceito de publicidade, no sentido de atribuição de visibilidade, de tornar público e não no conceito comercial de publicidade que temos hoje. Associado ao conceito de publicidade, surge o conceito de publicista, um *opinion maker*, ou seja um intelectual produtor de opinião que escrevia em jornais apesar de não ser jornalista, que apareceu no século XVIII e que se manteve ativo com influência crescente durante o século XIX, intervindo sobre os mais variados temas.

Numa primeira fase, o jornalismo era sobretudo um instrumento de propagação de idéias. Existia uma publicidade crítica, entendida como a publicitação que tinha em vista o debate e a influência da opinião pública.(RODRIGUES, 2006, 32)

O publicista do século XIX acabou por desaparecer com o início da gestão industrial, com a profissionalização do jornalismo e com o aparecimento da figura do repórter. O jornalismo ideológico foi substituído pelo jornalismo objetivo e centrado nos fatos, liquidando a autoria, no sentido de uma subjetividade intelectual responsável pela produção do enunciado. A partir do século XIX, começa a definir-se jornalismo como o relato objetivo dos acontecimentos exercido por profissionais. (RODRIGUES, 2006, 32-33)

Nelson Traquina, Professor de Jornalismo (2002, apud RODRIGUES, 2006, 33) explica que:

durante o século XIX, sobretudo com a criação de um novo jornalismo – a chamada penny press - os jornais são encarados como um negócio lucrativo, apontando como objetivo profissional o aumento das tiragens. Com a finalidade de fornecer informação e não propaganda, os jornais oferecem um novo produto – as notícias, baseadas em fatos e não em opiniões.

A informação passa a ser restringida aos fatos e começa-se a utilizar as técnicas de redação jornalística como a da “pirâmide invertida”, o desaparecimento dos verbos na primeira pessoa e uma escrita simples e acessível a todos.(RODRIGUES, 2006, 33)

Vários foram os fatores que contribuíram para a passagem do jornalismo ideológico para um jornalismo baseado nos fatos. Manuel Pinto (2004 apud RODRIGUES, 2006, 33), Doutor em Ciência da Comunicação lembra que este fenômeno surgiu nos EUA ligado a dois fatores cruciais: a entrada em cena das agências de informação, que operavam como rede de escolha e tratamento de informações, que depois eram distribuídas aos jornais e segundo, pela emergência e afirmação da figura do repórter, ou seja aquele que se desloca ao local dos acontecimentos, sejam eles próximos ou distantes, enviando os seus relatos para o órgão que presta o serviço.

Anteriormente, existiam pessoas que davam a sua opinião influenciando a opinião alheia. Porém o jornalismo como atividade profissional e de massas apagou essa subjetividade. (RODRIGUES, 2006, 35).

O professor de Letras José Tengarrinha (1992 apud RODRIGUES, 2006, 35) diz que “a imprensa exclusiva ou preponderantemente noticiosa, se é certo que pode esclarecer o leitor acerca de determinado acontecimento, não o ajuda a formar uma posição crítica em face dele.”

Nuno Crato (1992 apud RODRIGUES, 2006, 35), Professor do Instituto Superior de Economia e Gestão em Lisboa, esclarece que durante o século XIX se assiste:

na Europa e nos Estados Unidos a uma importante transformação da imprensa. Acumulando os progressos do período anterior, o jornalismo perde o seu caráter limitado e essencialmente propagandístico para se tornar numa indústria informativa de grandes dimensões, virada para um público de massa.

De acordo com Serra (2003 apud RODRIGUES, 2006, 35-36) a história do jornalismo mostra que, a partir de meados do século XIX - altura em que começa a definir-se o jornalismo como relato “noticioso” e “objetivo” e, ao mesmo tempo, como profissão específica - este começa a privilegiar, em vez de tal informação formativa e comunitariamente relevante, uma informação orientada para o “acontecimento” mais ou menos efêmero, destinada a alimentar a curiosidade evanescente dos leitores e visando essencialmente a divertir e agradar.

Surtem as agências noticiosas, nasce a imprensa popular (*penny press*) dirigida ao grande público e a publicidade, no sentido comercial de hoje, adquire cada vez mais importância. (RODRIGUES, 2006, 36)

Aos poucos, foram sendo atribuídas ao jornalismo uma série de elementos e regras que o iriam caracterizar a partir de então. Os meios passam a ser acessíveis (a todos os níveis) a um número cada vez maior de pessoas. (*ibid.*, 36)

Porém, esse universo dos *media*, fica restrito a um número limitado de *opinion makers*, o que para Catarina Rodrigues (2006) ainda hoje se verifica. Apesar de existirem, nos jornais impressos, as cartas do leitor, através das quais os indivíduos podem dar a sua opinião e de, cada vez mais, ser pedida a intervenção dos cidadãos nos *media*, há muitas pessoas que não se sentem representadas nesses espaços restritos. (RODRIGUES, 2006, 36-37)

Talvez por isso se deva a grande proliferação de *blogs*, na atualidade, onde são expostas opiniões pessoais do seu autor (ou autores), onde são debatidas idéias, ou onde, simplesmente se contam “estórias”. (RODRIGUES, 2006, 37)

4.2 O uso dos blogs no jornalismo

O número de autores e leitores de *blogs* tem aumentado, assim como as fontes de informação. Os cidadãos têm participado de forma mais ativa no debate e até na transmissão de informação e de conteúdos noticiosos, o que remete para uma possível redefinição dos tradicionais mediadores de conteúdos e, conseqüentemente, para uma fragmentação do espaço público. (RODRIGUES, 2006, 49)

A credibilidade também está em jogo, quando o assunto são *blogs*. Com a quantidade cada vez maior de informação, que é disponibilizada online, é necessário um cuidado no sentido de identificar o que é credível. Por outro lado, os próprios blogs exercem uma vigilância sobre os *media*, o que muitos já chamaram de os *watchdogs* do jornalismo. (RODRIGUES, 2006, 49-50)

Com o aparecimento dos *blogs* houve, de imediato, quem os identificasse com o jornalismo. De fato, existem blogs que se caracterizam sobretudo pela informação que transmitem, expõem opiniões e alguns fazem mesmo entrevistas, o que em tudo os aproxima do jornalismo. (RODRIGUES, 2006, 50)

No entanto, estas duas áreas são distintas e não devem ser confundidas, apesar de serem complementares ou até alternativas. Como diz José Luis Orihuela (2005 apud RODRIGUES, 2006, 50), Professor da Universidade de Navarra, “os weblogs podem ser jornalismo, mas não por serem *weblogs*”.

De acordo com Catarina Rodrigues (2006), os *blogs* representam um meio que pode ser utilizado para os mais diversos fins, inclusive para a prática jornalística, porém complementa que o jornalismo é uma atividade profissional, que deve obedecer a regras específicas em qualquer meio em que seja exercida.

No ano de 2001, a Juíza Federal da 16 Vara Cível da Justiça Federal de São Paulo, Carla Abrantkoski Rister, concedeu uma liminar suspendendo a obrigatoriedade do diploma para o exercício da profissão de jornalismo. (CAMPOS, 2006, 18).

Porém em outubro de 2005, por unanimidade, a 4ª Turma do Tribunal Regional Federal cassou a liminar concedida pela Juíza Rister, restabelecendo a obrigatoriedade para o exercício da profissão. (CAMPOS, 2006, 18)

O jornalista Jorge Pedro de Sousa (2003 apud RODRIGUES, 2006, 50-51) diz que o jornalismo:

na sua essência, corresponde predominantemente, à atividade de divulgação mediada, periódica, organizada e hierarquizada de informações com interesse para o público. No entanto, as novas formas de jornalismo on-line, de jornais a la carte, de jornais 'em rede' sem jornalistas, de televisão interativa etc., colocam em causa alguns dos pressupostos do jornalismo tradicional

Em muitos *blogs* verifica-se informações e dicas pessoais em contraste com questões de interesse público, porque tudo pode ser publicado, ao contrário do que se verifica na atividade jornalística onde se sucedem vários passos até a publicação de uma notícia. (RODRIGUES, 2006, 51)

A pesquisadora e professora Lúcia Leão (2006), da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, frequenta os *blogs* e os utiliza em sala de aula, pois defende que estes representam uma alternativa confiável aos meios de comunicação de massa. Segundo Lúcia "é mais fácil ficar bem-informado navegando por esses atalhos do que esperar a notícia sair. Isso é uma grande transformação nas formas de comunicação."

Para o publicitário Antonio Tabet, criador do blog [http:// Kibeloco.blogspot.com](http://Kibeloco.blogspot.com):

os blogs representam a opinião em tempo real, democrática, com uma liberdade editorial nem sempre observada em meios tradicionais de comunicação. Também não vejo os blogs como concorrentes do jornalismo. Pelo contrário, acho que a tendência do mercado é que jornalistas passem a fazer blogs em seus veículos e esses veículos acabem contratando blogueiros independentes de sucesso.

Algumas das características do jornalismo que o diferenciam da blogosfera são a profissionalização, a figura do editor e o fator tempo. (RODRIGUES, 2006, 51)

Em primeiro lugar, recorde-se a história do jornalismo e as mudanças que foram sendo assinaladas ao longo do tempo. Foi no século XIX, que deu-se a industrialização e o desenvolvimento da imprensa como o primeiro meio de comunicação de massas que conhecemos. Surgiram novos

empregos nos jornais, além de regras como a objetividade, a industrialização do jornalismo, a sua comercialização e a profissionalização. (RODRIGUES, 2006, 51)

Segundo o artigo 1º do Estatuto do Jornalista:

São considerados jornalistas aqueles que, como ocupação principal, permanente e remunerada, exercem funções de pesquisa, recolha, seleção e tratamento de fatos, notícias ou opiniões, através de texto, imagem ou som, destinados a divulgação informativa pela imprensa, por agência noticiosa, pela rádio, pela televisão ou por outra forma de difusão eletrônica. (RODRIGUES, 2006, 52)

Note-se o fato de, esta referência à difusão eletrônica, ainda não incluir os blogs, tendo em conta a data em que os estatutos foram elaborados (Lei nº 1/99, de 13 de janeiro, publicado a 13 de Janeiro de 1999). Apesar de tudo, houve desde logo um cuidado em deixar algumas possibilidades em aberto e não será demais lembrar que os avanços tecnológicos e a Internet modificaram de fato a profissão de jornalista, ou pelo menos os métodos utilizados por estes profissionais. (RODRIGUES, 2006, 52)

Para Anabela Gradim (apud RODRIGUES, 2006, 52):

fazer notícias exige preparação intelectual, deontológica e prática, e presumir possuir tais virtudes não é o mesmo que ser capaz de efetivamente as exercer. Além disso, fazer notícias implica processos de verificação semântica, isto é, presenciar acontecimentos, o que é sempre dispendioso em termos de logística, e requer, as mais das vezes, uma organização burocrática de retaguarda algo rígida. E já que se falar em burocracia, aceder às fontes também é um processo que conhece alguma, incluindo a indispensável credenciação dos jornalistas, e a identificação, sem margens para dúvidas, dos órgãos onde exercem a sua atividade.

Porém, nas eleições presidenciais norte-americanas realizadas em 2004, alguns bloggers receberam pela primeira vez, acreditação para estarem presentes nas convenções nacionais dos partidos Democrata e Republicano, juntamente com os jornalistas. Esses bloggers foram selecionados em função da “originalidade, legibilidade e grau de profissionalismo dos seus *blogs*”. (RODRIGUES, 2006, 52-53)

Em relação ao editor, uma empresa jornalística é composta por todo um conjunto de profissionais onde este profissional ocupa um lugar central. Ele é o responsável por avaliar as notícias, além de poder recusar ou aceitar os temas a tratar, de acordo com a linha editorial do órgão de comunicação para o qual trabalha. Ao escrever em um *blog*, o autor tem total liberdade e é editor de si próprio, não estando obrigado a seguir critérios editoriais que lhe sejam impostos externamente. (RODRIGUES, 2006, 54)

O fator tempo é uma condicionante do trabalho jornalístico. Já com a blogosfera, o tempo adquire uma abordagem diferente, pois não há limitações decorrentes de prazos de encerramentos, nem de fecho de edição, embora tal como numa agência noticiosa, o *blogger* tem que estar sempre, correndo atrás da notícia, para atualizar o seu *blog*. (RODRIGUES, 2006, 54)

Jay Rosen (2005 apud RODRIGUES, 2006, 65), Professor de Jornalismo afirma que a discussão entre *bloggers* e jornalistas já acabou e que por isso merece avançar para territórios mais produtivos. O Professor lembra que a cobertura da tragédia do Tsunami na Ásia feita por muitos *bloggers* foi mais rápida e eficiente que em muitos jornais.

Para Lee Rainie diretor do Pew Internet & American Life Project - um centro de investigação que mostra a importância adquirida pelos *blogs* com o chamado jornalismo amador, na sequência aos atentados de 11 de setembro (os norte-americanos chamam esse jornalismo de Do It yourself. Segundo o estudo, os cidadãos norte-americanos usam a *internet* para complementar a informação que obtêm dos *media* tradicionais. Os ataques terroristas também foram importantes para o desenvolvimento dos *weblogs* nos EUA.) - os *blogs* podem servir de material bruto para os *media* tradicionais, novamente citando o caso dos repórteres tradicionais, terem usado imagens dos *bloggers*, no caso do Tsunami. (RODRIGUES, 2006, 65)

Outros acontecimentos mundiais, como o furacão Katrina, o 11 de Setembro, a Guerra no Iraque assumiram proporções gigantescas, através dos *blogs*, dominando durante um longo período de tempo, os espaços noticiosos. Dessa forma, os *blogs* criam uma verdadeira esfera de visibilidade pública que segundo Catarina Rodrigues (2006), só se concretiza quando existe uma espécie de *feedback* nos *media* tradicionais.

A discussão e a troca de idéias são bastante comuns nesse meio. Porém, para o Professor Joaquim Paulo Serra (2003 apud RODRIGUES, 2006, 67) “se é certo que todos têm o “direito” de publicar, não é menos certo que só alguns, muito poucos, terão o “direito” de ser lidos”.

A possibilidade de participar, transmitir uma idéia ou tomar uma posição, não terá qualquer utilidade se essa informação não for recebida por alguém. Neste aspecto é importante salientar a importância das hiperligações que envolvem os *blogs* numa rede sem fim e quem não consegue ligar-se fica à parte. O chamado *blogrol*, assim como o sistema de comentários em que o autor se identifica são formas de dar a conhecer a existência na blogosfera. (RODRIGUES, 2006, 67-68)

Catarina (2006) diz que é importante perceber se é possível falar dos *blogs* como um jornalismo participativo, em virtude dos elementos já referidos – o regresso do publicismo ou da subjetividade opinativa e a participação ativa dos cidadãos.

Para os pesquisadores Americanos Shayne Bowman e Chris Willis (2003 apud RODRIGUES, 2006, 68) o jornalismo participativo:

é o ato de um cidadão ou grupo de cidadãos que têm um papel ativo no processo de recolha, análise, produção e distribuição de notícias e informações. O objetivo desta participação é oferecer a informação independente, fidedigna, variada, precisa e relevante que uma democracia requer.

Tem-se visto o aparecimento de publicações que dispensam a participação de jornalistas, dando preferência apenas a cidadãos. É o chamado jornalismo participativo ou colaborativo, ilustrados por exemplo em jornais como o sul coreano OhMyNews - que conta diariamente com a participação de milhares de pessoas – e o mais recente Agoravox, o primeiro jornal digital de cidadãos na França. (RODRIGUES, 2006, 69)

Shayne Bowman e Chris Willis (2003 apud RODRIGUES, 2006, 69) explicam que “no caso do site de notícias sul-coreano mencionado, vemos que as tarefas e valores básicos do jornalismo tradicional estão centrados nos seus princípios. A diferença essencial radica na distribuição do controle - uma democratização de meios”.

Os autores explicam ainda que:

a diferença mais óbvia entre o jornalismo participativo e o jornalismo tradicional está nas suas estruturas e na sua organização. Os meios tradicionais são criados por entidades hierárquicas, construídas para o comércio. O seu modelo de negócios e organização concentra-se na emissão e na publicidade. Valorizam o rigoroso fluxo de trabalho editorial, a rentabilidade e a integridade. O jornalismo participativo é criado por comunidades em rede que valorizam a conversação, a colaboração e a igualdade mais que a rentabilidade. (Ibid., 69)

Será que podemos realmente falar em jornalismo participativo se não existirem efetivamente jornalistas?

Em Portugal, a Estação de Televisão Privada SIC tem desenvolvido iniciativas significativas para envolver os indivíduos nas notícias, principalmente em temas que marcam a atualidade. Através dos principais noticiários televisivos e no site oficial da estação (<http://www.sic.pt>) foi pedida a participação dos telespectadores numa rubrica chamada “Jornalismo do Cidadão”.

Os interessados tiveram a oportunidade de enviar, através correio eletrónico, o seu testemunho pessoal, como fotografias ou vídeos em formato digital. O material recebido era selecionado, publicado no site e algumas matérias tiveram lugares no noticiário. Assim sendo, os cidadãos puderam participar, mas tendo sempre os jornalistas como mediadores. (RODRIGUES, 2006, 70)

Embora o jornalismo participativo tenha alguns casos de sucesso, é necessário ter cautela com a especulação, as fontes anónimas e a fiabilidade das informações transmitidas.(RODRIGUES, 2006, 71)

Os *blogs* podem desempenhar tanto um papel complementar ao jornalismo, quanto um papel alternativo.(RODRIGUES, 2006, 71)

É importante frisar que:

o jornalismo está num processo de redefinição, ajustando-se às forças perturbadoras que o rodeiam. Assim, não é uma surpresa que as discussões sobre os fóruns de jornalismo participativo, tal como os blogs, se centrem com frequência em debates defensivos sobre o que é o jornalismo e quem pode chamar-se legitimamente jornalista. (RODRIGUES, 2006,70)

No primeiro caso, os *blogs* podem complementar a edição das notícias, acrescentando novos dados e até discutir com o autor das mesmas, comentando-as. Neste caso, o *blog* seria um acréscimo à própria versão online do meio de comunicação relacionando-o com o público e criando interatividade com os leitores, aumentando o número disponível de informação sobre um determinado assunto.(RODRIGUES, 2006, 71)

O BlogTalk, integrado na edição eletrônica da revista Newsweek, permite conhecer de imediato o que está a ser dito na blogosfera em relação a um determinado artigo publicado no site da revista. Ainda na revista, o BlogRoundup apresenta uma lista do Top 10, das notícias com mais ligações e, consequentemente mais abordadas, na blogosfera. Verifica-se assim, uma articulação entre a revista e os blogs por intermédio do que é nela editado, o que permite colher opiniões e acrescentar dados ao tema tratado.(RODRIGUES, 2006, 73)

Porém, um *blog* pode também apresentar características típicas do jornalismo alternativo, no sentido em que apresenta notícias que não aparecem nos media tradicionais. Às vezes surgem através do próprios jornalistas que têm no espaço do blog uma outra liberdade que não têm no meio de comunicação para o qual trabalham (RODRIGUES, 2006,73-74).

Um exemplo de um *blog* brasileiro alternativo, mas um espaço já reconhecido pelo público é o blog do jornalista Ricardo Noblat (www.noblat.blig.ig.com.br).

Segundo Catarina Rodrigues (2006), o autor cita informações de vários meios de comunicação social, mas avança frequentemente novas informações sobre os mais variados assuntos, talvez um sinal das fontes privilegiadas de que dispõe e que guardou do seu tempo de jornalista. As notícias são geralmente curtas e concisas, dizendo o essencial. Alguns *posts* chegaram a ter 900 comentários. (RODRIGUES, 2006, 74)

Ainda não há um consenso com a idéia de se pensar os *blogs* como uma forma de jornalismo alternativo. Questiona-se se é ético usar informações recolhidas durante a atividade jornalística com outra finalidade a não ser a de servir o meio de comunicação para o qual se trabalha.(RODRIGUES, 2006, 74)

O colunista do Jornal San Jose Mercury News, Dan Gilmmor (2005 apud Rodrigues, 2006, 75) diz que em relação aos blogs “um repórter pode facilmente afixar apontamentos da sua rotina, o tipo de anotações que dantes se fazia num “bloco de notas”, bem como notícias que não puderam ser incluídas no jornal devido a problemas de espaço”

A verdade é que o jornalista pode dar a sua opinião em seu *blog*, porém não pode colocar em causa esse mesmo trabalho, bem como a sua credibilidade e isenção na forma como o abordou. Apesar disso, é necessário ter em consideração que há informações que só podem ser divulgadas de forma anônima, caso contrário, os seus autores podem sofrer represálias. (RODRIGUES, 2006, 77)

Em países como a China, por exemplo, onde é exercido um controle apertado sobre o que é dito na Internet, em blogs e salas de conversação, os utilizadores são obrigados a revelar a sua identidade. Neste caso, trata-se unicamente de uma censura que conta com a colaboração de gigantes como a Microsoft, o Google e o Yahoo!, que nos seus portais cerceiam a expressão de opinião, colaborando assim com o Governo Chinês numa tentativa de controlar a comunicação na internet. (RODRIGUES, 2006, 77)

Os *blogs* e os podcasts serão enquadrados em uma lei própria criada pelo Governo de Pequim, fazendo com que a China, país com 137 milhões de internautas, seja o único país do mundo a ter uma legislação específica para *blogs*.(SCOFIELD, 2007,12)

Os utilizadores do MSN Spaces, da Microsoft, que permite a criação de *blogs*, não podem utilizar expressões como “manifestação”, “liberdade” e “direitos humanos”. A Microsoft prometeu no

entanto, criar regras para lidar com as queixas governamentais. A promessa surgiu após várias preocupações apresentadas com a forma como esta empresa multinacional bloqueou o acesso a um blog que criticava o governo chinês. No futuro, a Microsoft promete voltar a tomar uma atitude semelhante quando a isso for obrigada em tribunal.(RODRIGUES, 2006, 77)

Nestes casos, o anonimato, incluindo o de jornalistas, parece ser a única forma de continuar a dar opinião livre e a transmitir informação além fronteira, mesmo que contra o regime. (RODRIGUES, 2006, 77)

Apesar de tudo, estes dispositivos podem ser uma forma de defender a liberdade de expressão. Foi com essa idéia que os “Repórteres sem Fronteiras” lançaram o “Manual dos Bloggers e Ciber-Dissidentes” onde, entre muitas outras propostas é explicado o segredo de preservar o anonimato e escapar à censura. O livro apresenta ainda conselhos de como se criar e promover um blog, mas não esquece a referência a linhas de conduta éticas e jornalísticas.(RODRIGUES, 2006, 78)

Em fevereiro de 2005, foram presos no Irã dois *bloggers* que haviam se identificado, por terem publicado nos seus blogs notícias de outras prisões. Na edição de número 1687, o jornal Português Expresso noticiou que:

neste país, os blogs têm sido fundamentais para os dissidentes do regime se manifestarem livremente, mas o Governo irariano retaliou e já prendeu dezenas de bloggers, alguns dos quais foram torturados ou confinados à solitária, como tem sido largamente noticiado no mundo ocidental.(QUERIDO, 2005 apud RODRIGUES, 2006, 79)

Estas prisões deram origem à manifestação de milhares de bloggers, uma das primeiras ações promovidas pelo *Committee to Protect Bloggers* que visou principalmente a defesa da liberdade de expressão na internet. Além disso, esse caso mereceu a reprovação dos Repórteres sem Fronteiras. (RODRIGUES, 2006, 79)

Catarina Rodrigues (2006) informa que embora em contextos completamente diferentes, em Portugal também aconteceram alguns casos que envolveram a justiça e despedimentos por publicações feitas em *blogs*.

Por parte dos jornalistas há alguma resistência em se submeterem à análise dos leitores. É evidente a vigilância atenta que determinados blogs exercem sobre os media mainstream. Os erros e as falhas cometidas são apontadas de imediato podendo assim os jornalistas evitar a sua repetição.(RODRIGUES, 2006, 90)

Se por um lado estes erros e a sua exposição pública são desprestigiantes para o jornal e para o jornalista em causa, por outro lado, a retificação poderá contribuir para evitar futuras falhas, esclarecer todas as informações, complementando-as com novos dados. Multiplicam-se assim, os *blogs* atentos ao que é difundido nos *media*, fazendo com que a blogosfera surja como um espaço de reflexão que avalia determinadas situações permitindo, na maioria dos casos, uma troca de idéias sobre um assunto.(RODRIGUES, 2006, 90)

A imprensa foi muitas vezes denominada como o quarto poder, no sentido em que fiscalizava os outros poderes constitucionalmente estabelecidos: legislativo, executivo e judicial. De acordo com o

jornalista e professor Mario Mesquita (2004 apud RODRIGUES, 2006, 93) “essa fórmula do “quarto poder” foi muito utilizada pelas profissões dos media no debate político, com vista a reforçar a respectiva legitimidade no espaço público”.

Mas a imprensa perdeu um pouco essa capacidade. Mario Mesquita (2004 apud RODRIGUES, 2006, 93) diz ainda que “a invocação do jornalismo enquanto poder conduz, aliás a resultados perversos do ponto de vista da afirmação da legitimidade da presença do jornalista no espaço público”.

A professora Sylvia Moretzsohn (2001 apud RODRIGUES, 2006, 93) esclarece que

o que tradicionalmente orienta o jornalismo é o ideal iluminista de “esclarecer os cidadãos”, forjado no quadro das revoluções liberais de fins do século XVIII. Daí a formulação do conceito de “quarto poder”, que procura legitimar a imprensa como uma instituição “da sociedade” – vista assim, genericamente, como se constituísse um conjunto homogêneo – contra os abusos do Estado .

Embora o jornalismo seja visto como uma espécie de guardião que expõe os fatos tais quais eles são, essa idéia romântica nem sempre corresponde à realidade, em especial quando os interesses econômicos e comerciais estão em jogo.(RODRIGUES, 2006, 93-94)

Os cidadãos depositaram confiança nos meios de comunicação social, atribuindo-lhes também um papel de vigia e de denúncia que se tornou ainda mais evidente com a televisão, meio de comunicação de massas por excelência, e com as evoluções tecnológicas registradas neste domínio.(RODRIGUES, 2006, 94)

O professor Vital Moreira (2005 apud RODRIGUES, 2006, 94-95) chama a atenção para as palavras de Ignacio Ramonet , diretor do Le Monde Diplomatique, que:

lançou para a discussão a necessidade de criar um “ quinto poder”, como forma de contraposição à crescente transformação do “quarto poder” – ou seja, os media – em instrumento de ação dos demais poderes (sobretudo do poder económico), por efeito da crescente integração em redes mundiais integradas em grupos de comunicação dominados por poderosos grupos económicos, em prejuízo da sua função tradicional de controle do poder.

De acordo com Catarina Rodrigues, Ramonet não se referia na altura em que proferiu estas idéias (outubro de 2003) aos blogs, apesar de poderem “finalmente realizar, a uma escala nunca imaginada, a utopia democrática de permitir aos cidadãos em geral intervir diretamente nos assuntos da polis” (RODRIGUES, 2006, 95)

De fato, perante o cenário atual não parece possível fazer esta afirmação utópica de quinto poder. Mas, existem de fato novas possibilidades de manifestar uma determinada posição, aproximando os cidadãos da vida pública.(RODRIGUES, 2006, 95)

4.3 Jornalismo Cívico : será esse o papel dos blogs?

Os *blogs* permitiram aproximar os cidadãos aos assuntos da ordem do dia e que dominam o debate no espaço público, já por si fragmentado, numa altura em que a sociedade parece desacreditada do seu papel interventivo. Os *blogs* trouxeram algo novo, quando os media se repetiam uns aos outros. (RODRIGUES, 2006, 96)

No seu livro “O Quarto Equívoco”, o jornalista Mário Mesquita (2004 apud RODRIGUES, 2006, 96) fala de uma crise da credibilidade dos media, já ilustrada segundo o autor pela imagem negativa que o cinema norte-americano - detentor de uma velha tradição de crítica dos media, após a fase Watergate de fascínio pelas práticas investigativas - passa a encarar a personagem do jornalista.

Antes, o jornalismo era visto como um meio de defesa e denúncia das pessoas face a determinados acontecimentos. Depois passou a ser visto como uma ameaça que invadia constantemente a vida privada dos indivíduos e assim foi também representado no cinema. Esta idéia resulta, segundo Mesquita (2004 apud RODRIGUES, 2006, 96) de estudos de credibilidade feitos desde o final dos anos 80, onde está presente a crescente tendência para o sensacionalismo. Os cidadãos começaram a se desinteressar pela vida pública e pelos assuntos que diziam respeito a todos.

Para combater todas estas questões começou a falar-se na importância do aparecimento do jornalismo cívico, também apelidado, por diversos autores, de novo jornalismo, jornalismo público, jornalismo comunitário, etc.(RODRIGUES, 2006, 97)

A pesquisadora Renita Coleman (2003 apud RODRIGUES, 2006, 97) explica que:

historicamente, o jornalismo público tem raízes datando do início do século XX, quando John Dewey propôs a sua noção de imprensa livre numa democracia. A herança do jornalismo público pode ser traçada desde a Teoria da Responsabilidade Social e à Comissão Hutchins de 1947, até a campanha crucial de 1988, que foi um importante catalisador para o nascimento do jornalismo público. Estes desenvolvimentos comparam-se com e bebem da evolução da filosofia social, do utilitarismo, das ideias de Habermans e Arendt, e dos comunitários.

Segundo Carlos Camponez (2002 apud Rodrigues, 2006, 98) o conceito de jornalismo cívico foi retomado no final da década de 80, quando Davis Merritt, diretor do Jornal Wichita Eagle, chamou a atenção para a cobertura jornalística que estava a ser desenvolvida sob a forte influência das sedes de campanha e para a necessidade de redefinir a relação entre os candidatos presidenciais e os jornalistas, rompendo com as práticas tradicionais de cobertura jornalística das eleições.

O número de leitores de jornais diminuía e o desinteresse pelos temas públicos aumentava, sendo que era evidente a necessidade de inverter a situação. Dessa forma,

os jornalistas estavam preocupados com a diminuição do número de leitores de jornais, notavam uma brecha cada vez maior entre os cidadãos e os jornalistas, estavam preocupados com o aumento da indiferença relativamente à política por parte da população e notavam a dicotomia motivada pelo fato de notícias públicas estarem a ser tratadas por uma indústria dedicada ao lucro privado. Todas estas preocupações levaram ao desejo por parte de alguns jornalistas de experimentar e de desafiar alguns dos principais

princípios do jornalismo moderno.(EKSTEROWICZ,A.J; ROBERTS ,R.; CLARK A. , 2003 apud RODRIGUES, 2006, 97-98)

De acordo com Carlos Camponez (2002 apud RODRIGUES, 2006, 98)

o jornalismo cívico, depois das primeiras experiências, viria a transformar-se numa preocupação de responder a esse mal-estar provocado pelo que foi sentido como uma crise profunda da imprensa e do jornalismo nos EUA, nomeadamente no que diz respeito à sua inserção na vida pública norte- americana.

O autor enfatiza ainda que essa descoberta dos valores comunitários representou uma resposta ao universalismo, à crise do racionalismo, a uma certa crítica do homem unidimensional, à falta de respostas das burocracias dos aparelhos de Estado e da administração pública, ao ruir do mundo dividido em blocos.(CAMPONEZ, 2002 apud RODRIGUES, 2006, 98)

Para Nelson Traquina (2003 apud RODRIGUES, 2006, 99) o jornalismo cívico deve:

1) ir para além da missão de dar as notícias para uma missão mais ampla de ajudar a melhorar a vida pública; 2) deixar para trás a noção do “observador desprendido” e assumir o papel de “participante justo”; 3) preocupar-se menos com as separações adequadas e mais com as ligações adequadas; 4) conceber o público não como consumidores mas como atores na vida democrática, tornando assim prioritário para o jornalismo estabelecer ligações com os cidadãos.

Assim, para o jornalismo cívico, torna-se um imperativo que o jornalismo encoraje o desenvolvimento do cidadão na vida pública, desenvolvendo nos jornalistas uma nova perspectiva – a perspectiva do “participante justo” (*fair-minded participants*) - com a utilização de um novo conjunto de instrumentos de trabalho

O jornalismo público difere do modelo dominante do jornalismo por se concentrar nos problemas das pessoas comuns, nas suas preferências quanto aos assuntos, e no fornecimento da informação que é de importância prática para aqueles que estão interessados em envolver-se ativamente no processo político.” (EKSTEROWICZ,A; ROBERTS,R;CLARK,A. , op.cit., 100)

Para Carlos Camponez (2002 apud RODRIGUES, 2006, 101), o lugar dos jornalistas já não se resume ao de meros observadores situados em um palco privilegiado de onde ele olha a sociedade e, particularmente a política, segundo a tradicional concepção do jornalismo watchdog.

Para o jornalismo cívico, o lugar dos jornalistas é entre os cidadãos. A introdução de novas tecnologias permitiu a aproximação de cidadãos das causas públicas. Surgiram novas formas de comunicar, de debater e de trocar idéias. A interatividade proporcionada pela internet em geral e particularmente pelos blogs representam um forte estímulo à participação. (RODRIGUES, 2006, 101)

No seu livro, Nós, os Media, o Diretor do Center Citizen Media Dan Gillmor (2003 apud RODRIGUES, 2006, 101) defende o conceito de “jornalismo de base”, traduzido do original “*grassroots journalism*”. A diferença essencial entre o jornalismo cívico e esta corrente defendida por

Gillmor reside no fato de o primeiro ser exercido por jornalistas, enquanto que o segundo pode ser uma oportunidade para qualquer cidadão, ou seja para a própria audiência.

Uma das principais idéias de Gillmor é que cada um de nós pode ser autor de notícias, deixando de ser um mero espectador, passando assim a ter um papel ativo na produção, ou seja, abordar temáticas que de outra forma talvez não chegassem aos media tradicionais. Dan Gillmor traça assim a (r)evolução do jornalismo de massas para um jornalismo mais cívico, onde todos podem se jornalistas. Dan Gillmor (2005 apud RODRIGUES, 2006,101) explica que “a linha divisória entre produtores e consumidores vai esbater-se, provocando alterações, que só agora começamos a antever, nos papéis de cada um dos grupos.”

Há uma mudança decisiva no tradicional esquema emissor-receptor, em que o emissor corresponde aos media e o receptor à audiência, que acaba por desempenhar no momento um papel mais ativo (RODRIGUES, 2006, 101)

Para Dan Gillmor (2005 apud RODRIGUES, 2006, 102) os *blogs* podem representar atos de participação cívica e permitem que novas vozes se façam ouvir.

Já a pesquisadora Tíscar Lara (2004 apud RODRIGUES, 2006, 102) deseja “que no futuro cada vez mais meios de comunicação utilizem estas tecnologias para ampliar e garantir a participação cidadã no debate democrático.”

Dan Gillmor (2005 apud RODRIGUES, 2006, 55) cita ainda Jay Rosen para explicar que os blogs podem ser sim uma forma de se fazer jornalismo e para isso refere a três de dez pontos defendidos por esse autor.

- 1) O blog deriva da economia de troca, enquanto na maioria dos casos (não em todos) o jornalismo atual é um produto da economia de mercado.
- 2) O jornalismo tornou-se um domínio de profissionais onde, por vezes, os amadores eram admitidos.
- 3) No jornalismo praticado desde o século XIX, as barreiras para impedir a entrada têm sido altas. Com o blog, as barreiras são baixas: um computador, uma ligação à Net e um programa de software como o Blogger ou o Movable Type leva-nos até onde queremos

Os *blogs* constituem uma forma atual e privilegiada de intervenção cívica, que aproxima os cidadãos da comunidade e dos temas que marcam a atualidade. Gillmor reconhece a utilidade que o seu blog tem tido, uma utilidade que deriva do debate e troca de opiniões constantes com os leitores. Na página 234 de seu livro, Nós os Media, Gillmor lembra a advertência que lhe foi feita por um outro blogger, seu leitor, que dizia “ Nós, os bloguistas não somos jornalistas, somos pesquisadores de informação, construtores de informação e criadores de conhecimento. Somos mais professores do que jornalistas” (RODRIGUES, 2006, 103).

O autor lamenta contudo que os media tradicionais em geral e os jornalistas em particular continuem sem aproveitar as potencialidades das novas tecnologias. Segundo Gillmor (apud RODRIGUES, 2006, 103) algumas organizações não indicam o endereço de e-mail dos repórteres e editores no final dos artigos e que se os artigos são publicados na *Web*, não existe portanto desculpa para não se indicar a forma de contato. Dan Gillmor considera fundamental ouvir o que o público tem a

dizer, salientando a proposta de uma participação cívica e de uma intervenção pessoal. (RODRIGUES, 2006, 103)

Neste aspecto, Catarina Rodrigues (2006) observa que um número significativo de edições *online* dos jornais portugueses não refere o *e-mail* do jornalista e muito menos é permitido a troca de opiniões ou comentários com o mesmo. Porém, para a autora o jornalismo *online* tem evoluído e de vez em quando surgem projetos interessantes notável.(RODRIGUES, 2006, 103)

Começam a surgir então, novos conceitos que tentam explicar as evoluções que estão surgindo nesse domínio. O jornalista espanhol Juan Varela, por exemplo define Jornalismo 3.0 como a “socialização da informação jornalística, conseguida graças a ferramentas digitais. É a terceira visão de ciberjornalismo ou jornalismo digital e conhece-se também como jornalismo cidadão ou participativo”. O autor explica também que o jornalismo 1.0 é aquele que transpõe o conteúdo dos media tradicionais para a Internet e o Jornalismo 2.0 é aquele que consiste na produção de conteúdos específicos para a Internet, reunindo características.

Para Varela (2005 apud Rodrigues, 2006, 104), a diferença entre jornalismo cívico e jornalismo 3.0 é que:

todo o jornalismo participativo não é jornalismo cívico nem partilha o ativismo nem os fins cívicos deste movimento. Só o jornalismo 3.0, o autêntico jornalismo cidadão com intenção cívica, é o herdeiro digital do jornalismo cívico. Para que o jornalismo cidadão aperfeiçoe tecnologicamente o cívico as suas intenções de debate, de ativismo social e político devem ser as mesmas.

Segundo Catarina Rodrigues (2006) alargar e aprofundar o debate no espaço público, incentivando a participação cidadã deve ser, neste sentido, o principal objetivo do jornalismo denominado 3.0.

Já para Varela (2005 apud Rodrigues, 2006, 104) “um elemento essencial do jornalismo cívico é tratar o público como cidadãos, não como clientes ou consumidores.” E sublinha ainda a importância de se ouvir novas vozes e opiniões que enriquecem a conversação e os debates sobre assuntos de interesse público.

É certo porém que nem todos os *blogs* têm qualquer pretensão cívica ou muito menos jornalística, servindo alguns mesmo apenas de diários pessoais.(RODRIGUES, 2006, 104)

4.4 Jornalismo versus Blogs

No que diz respeito à relação entre jornalismo e *blogs* verifica-se uma diferença crucial. No jornalismo, primeiro é feita uma seleção e só depois a publicação. Com os *blogs*, na maioria das vezes

publica-se primeiro e depois sim é feita uma filtragem, até mesmo pelo *feedback* recebido. (RODRIGUES, 2006, 104)

Mesmo não tendo como principal objetivo dar notícias, o blogger acrescenta assim mais uma atividade à sua vida: a de alimentar o seu blog, mantendo-o de forma atualizada a fim de deixar os seus leitores informados. (RODRIGUES, 2006, 104)

Para Catarina Rodrigues (2006), nesta dualidade entre *blogs* e jornalismo, talvez o ideal seja absorver o que de melhor apresenta cada forma. Catarina Rodrigues (2006) confirma que de fato não se pode afirmar que os *bloggers* são jornalistas ou os *blogs*, jornalismo, embora afirma que em alguns casos estes dispositivos possam e estejam a ser utilizados para fazer jornalismo.

A rapidez da informação é também uma das consequências da *Internet*, pois num assunto de última hora as pessoas procuram de imediato uma atualização na net. Neste aspecto, Catarina Rodrigues (2006) lembra que os bloggers têm saído algumas vezes vencedores face ao jornalismo, mesmo o jornalismo *online*.

Steve Outing (2005 apud RODRIGUES, 2006, 106) considera que o jornalismo profissional poderia convidar o público a participar na escrita de artigos e afirma que “a grande diferença entre os jornalistas tradicionais e a maioria dos *bloggers* é : um editor. A falta dele é um dos encantos da blogosfera, como é obvio. O *blogger* pondera, por vezes relata, analisa, escreve e publica. É rápido, diferente do jornalismo *mainstream*.”

O escritor e *blogger* J.D. Lasica (2005 apud RODRIGUES, 2006, 106) considera que “necessitaremos sempre de um corpo de jornalistas”.

Catarina Rodrigues (2006) afirma que a blogosfera não exige técnicos qualificados ou profissionais especializados para publicar seja o que for, enquanto que aos jornalistas é exigido todo um processo de produção da notícia que deve passar pela pesquisa, seleção de dados e sua confirmação para depois sim proceder à redação da notícia.

De acordo com a professora Elisabete Barbosa e do jornalista Antônio Granado (2004 apud RODRIGUES, 2006, 107)

os blogs carecem de algumas das capacidades necessárias para o bom desempenho do jornalismo, tais como o acesso a várias fontes, a edição dos textos, a imparcialidade. Num órgão informativo, as notícias são editadas e revistas no âmbito da hierarquia existente nas redações, a informação recolhida é confirmada em várias fontes.

Como observa Catarina Rodrigues (2006) para se dizer que se faz jornalismo nos *blogs*, é indispensável que haja um grupo de profissionais, capacitados para exercer o jornalismo, lembrando também a possibilidade desse meio de poder alterar o agendamento dos temas em discussão na sociedade, uma tarefa, até aqui conferida aos media. Exemplos disso fora, entre tantos outros acontecimentos, a segunda guerra do Golfo em 2003, o Tsunami na Ásia em 2004, ou os atentados terroristas em Londres, em 2005. Dessa forma a autora completa que alguns *blogs* assumiram-se como importantes espaços informativos e para além de permitirem a multiplicidade de opiniões, lançaram novas informações sobre os assuntos tratados. Lembrando que estes sites podem servir de meio de

mobilização para a opinião pública, uma vez que se tratam de espaços onde é possível mostrar vários pontos de vista sobre uma mesma questão, o que é sem dúvida saudável. (RODRIGUES, 2006, 107)

No entanto, torna-se necessário ressaltar o fato de estes mesmos espaços não se sentirem necessariamente obrigados a reunirem o conjunto de saberes e competências profissionais, bem como um certo número de obrigações deontológicas da imprensa de referência. (RODRIGUES, 2006, 107)

A forma de acesso às fontes, a imparcialidade e o estado de impunidade para os autores anônimos dos blogs são fatos a ter em conta. (RODRIGUES, 2006, 107).

Catarina (2006) lembra que enquanto os *blogs* dependem muito da personalidade do seu autor, isso não deve acontecer no jornalismo, mas concorda que a aproximação entre bloggers e jornalistas pode suscitar oportunidades interessantes para a dinamização da esfera pública.

O interesse dos jornalistas pelos *blogs* é notável, mas também o interesse dos *bloggers* pelo jornalismo é evidente, uma vez que há imensos que tratam assuntos relacionados com os media e com o mundo da comunicação. Assumem-se como espaços privilegiados de opinião, análise e discussão sobre várias áreas temáticas e podem incentivar a participação mais como um complemento do que propriamente como uma alternativa. (RODRIGUES, 2006, 108)

Qualquer indivíduo de qualquer profissão ou área de interesse pode aderir ao mundo da blogosfera, cuja principal característica é ser livre e aberta a todos, pois não exige técnicos qualificados ou profissionais especializados para publicar seja qual assunto for. (RODRIGUES, 2006, 108)

5. CONCLUSÃO

O jornalismo tradicional teve que introduzir uma nova linguagem e abrir um espaço maior para a participação dos cidadãos a partir do momento que surgiu a *Internet*, o jornalismo online e os *blogs*.

Os *blogs* têm representado um papel importante quando o assunto é democratizar a notícia no sentido de permitir novas vozes e pontos de vista. Há cada vez mais um número maior de informações veiculadas por *blogs* que foram aproveitadas pelos meios de comunicação tradicionais.

Enquanto as publicações nos media estão relacionadas à profissionais, a blogosfera permitiu que todas as opiniões, assuntos e idéias encontrassem um novo lugar onde pudessem ser expostos publicamente.

Alguns dos maiores jornais brasileiros possuem em suas versões *online*, *blogs* de renomados jornalistas, além de uma interatividade que permite ao leitor comentar as notícias, dar a sua opinião, enviar fotos e e-mails. O que antes era apenas curiosidade ou moda, passou a receber um tratamento mais sério pela grande mídia.

A fronteira entre produzir e consumir informação está cada vez mais diluída. Segundo o jornalista Marcelo Tavela (2006) essa tendência a que ele chama de conteúdo participativo ou colaborativo teve a sua consagração em 2006.

Para Marcelo, a maior parte do que já foi feito no Brasil em jornalismo colaborativo está na *Web*.

O **Globo online** possui uma seção chamada de “Eu-repórter”, que permite aos internautas enviar fotos ou matérias, sendo eles mesmos os repórteres, além de comentarem as notícias através de um link “Comente essa Matéria”.

A versão online do **JB** permite que o internauta deixe seu comentário através do **JB Online Interativo**. O leitor pode comentar deslizes éticos e de informação. Já o Canal 24 Horas é um espaço dedicado ao leitor-internauta para que ele possa criticar, dar a sua opinião, gerar polêmica e ainda contar uma história vivenciada por ele. O texto pode inclusive ser publicado na versão impressa do jornal.

Marcelo (2006) também indica atualmente a revista “Sou + Eu”, lançada pela Editora Abril como o projeto mais colaborativo do jornalismo representativo. O conteúdo da revista que é voltado para público feminino classe C é integralmente gerado pelos seus leitores, que são pagos pelas contribuições. A idéia da revista é estreitar o contato com os leitores com o seu site através da criação de uma comunidade da revista, onde os colaboradores e leitores possam dialogar.

Outro exemplo é a enciclopédia online Wikipedia. O termo “wiki” é uma abreviação da frase “What I know is...” que pode ser traduzida como “O que eu sei é ...”. Criada em 2001, na Wikipedia qualquer pessoa pode escrever ou editar verbetes e em português, já possui mais de 200 mil verbetes. Os textos entram no ar e só depois são avaliados. No Brasil Wiki, uma equipe de jornalistas checa o material antes de ser publicado.

O site Overmundo, lançado em 2005 tem a proposta de ser um centro de convergência de culturas de todo o país. Além de textos e imagens, o site recebe colaborações em imagens e sons. (TAVELA, 2006)

O site coreano OhMyNews, foi lançado em 2000, e é tido como o pioneiro em jornalismo colaborativo na internet, e serviu como modelo para o BrasilWiki.

Para a jornalista Ana Maria Bramilla (apud TAVELA, 2006) o conteúdo colaborativo irá se espalhar por diversas áreas, porém acredita que no caso de um jornalismo investigativo, fica um pouco mais difícil essa colaboração, justamente por demandar práticas mais específicas.

Apenas o fato de se escrever um blog com intuito jornalístico, não faz de seu autor um jornalista, a menos que ele já seja um. Antes de qualquer notícia ser publicada é feita antes uma série de ações inerentes ao jornalismo, como por exemplo a verificação de fontes. Mas é certo que os blogs permitiram uma mudança na produção e na recepção da notícia, a partir do momento que os cidadãos passam a dispor de um meio que os facilite a ter acesso ao processo de comunicação, além de se interessar por assuntos relativos à vida pública.

Atualmente, os media que não permitirem uma participação dos cidadãos em seu processo comunicacional, seja através de uma maior interatividade, seja através de email, blogs, etc terão que se rever os seus propósitos a fim de acompanhar a democracia de informação a qual vivemos hoje.

Glossário

Blog - forma abreviada de weblog

Blogger ou blogueiro – aquele que possui ou atualiza um weblog, autor de um blog

Blogosfera- conjunto de todos os blogs

Blogger.com – um dos principais serviços de criação de weblog disponíveis na web.

Blogroll – lista de blogs favoritos do blogger, com os respectivos links.

Browser – do inglês browse, folhear livros, percorrer páginas a esmo; o browser é um cliente para extração de informação em um servidor Web ou gohper. Termo normalmente aplicado para os programas que permitem navegar na World Wide Web, como o Mosaic, o Internet Explorer e o Netscape. Tipicamente, um browser é o programa em um computador pessoal que acessa por uma linha telefônica, um servidor (isto é, um programa que atende à demanda de clientes remotos) contendo informações de interesse amplo, nele permitindo visualizar e procurar texto, imagens, gráficos e sons, de maneira aleatória ou sistemática.

Chat – termo em inglês que significa “bate-papo” ou “conversa”. Designa o sistema de Internet Relay Chat (IRC) ou o serviço dos canais de bate-papo existentes em muitos sites da Web que possibilitam a comunicação escrita simultânea e em tempo real entre vários usuários pela Internet.

Ciberespaço – 1. Conjunto de computadores, serviços e atividades que constituem a rede mundial internet. 2. Mundo virtual, onde transitam as mais diferentes formas de informação e as pessoas (sociedade da informação) se relacionam virtualmente, por meios eletrônicos. 3. Termo cunhado em analogia com o espaço sideral explorados pelos astronautas, sendo sua invenção atribuída ao escritor de ficção científica William Gibson no romance Neuromance.

Fotoblog – blogs cujo conteúdo é constituído essencialmente por fotografias, algumas acompanhadas de comentários.

HTML - (Hypertext Markup Language) – linguagem padrão para escrever páginas de documentos na web, que contenham informação nos mais variados formatos: texto, som, imagens e animação.

Hipertexto - texto eletrônico em formato que fornece acesso instantâneo, por meio de links, a outro hipertexto dentro de um documento ou em outro documento. Em uma estrutura hipertextual, o internauta não precisa seguir uma sequência natural ou prévia – começo, meio e fim – podendo traçar uma ordem particular, navegando pelos documentos interligados.

Internet - com inicial maiúscula, significa “ a rede das redes ”, originalmente criada nos Estados Unidos, que se tornou uma associação mundial de redes interligadas em mais de 70 países, que utilizam protocolos da família TCP/IP. A internet provê transferência de arquivos, login remoto, correio eletrônico, news e outros serviços.

Link – 1. Ligação entre dois ou mais computadores em rede. 2. Ligação entre dois pontos de teleinformação.

Mail – carta eletrônica.

Mídia – 1. Forma adaptada de media, que significa meio de comunicação em latim e em inglês. 2. Termo usado para designar os veículos de comunicação de massa, no seu conjunto ou em particular. 3 . Técnica publicitária que estuda e indica os melhores meios, volumes, formatos e posições para veicular as mensagens publicitárias. 4 . Área especializada em mídia nas agências de propaganda. 5 – Profissional especializado nas técnicas de mídia.

Moblog – blog cuja atualização é efetuada através de dispositivos de comunicação móvel, como telemóveis ou PDA's.

Net – 1. Rede de computadores. 2 . Com a inicial em maiúscula, é a abreviação de Internet.

Network – rede de computadores.

Site – 1. No mundo virtual, é um endereço cuja porta de entrada é sempre sua home page. 2. Um site da internet é um dos nós/computadores existentes. 3 . Uma instituição onde computadores são instalados e operados. 4. Um nó internet.

On-line- por oposição a offline, on line significa estar em linha, estar ligado em determinado momento à rede ou a outro computador. Para uma pessoa na Internet, estar on-line, é necessário que no momento esteja usando a Internet e que ela tenha, portanto, efetuado o login em determinado computador da rede.

Portal – porta pela qual se entra na Web. Os portais são megasites que oferecem uma série de serviços e informações, como notícias, correio eletrônico, música ao vivo, sistema de busca, chats e links para diversas páginas da web.

Post – ou entrada. Texto publicado em um blog.

Videoblogs ou vlogs – blogs cujo conteúdo é constituído essencialmente por vídeos que podem ou não ser acompanhados de texto.

Weblog ou blog- página pessoal ou coletiva atualizada com frequência. Os textos (posts) aparecem por ordem cronológica inversa, ou seja, com o texto mais recente em primeiro lugar.

REFERÊNCIAS

ALVES, José Augusto dos Santos. O Poder da Comunicação. A história dos media dos primórdios da imprensa aos dias da internet. Cruz Quebrada: Casa das Letras, 2005 Apud RODRIGUES, Catarina. Blogs e a fragmentação do espaço público. Universidade da Beira Interior. Covilhã-Portugal: Labcom Books, 2006. Disponível em <http://www.labcom.ubi.pt>

ALVES, Rosental Calmon. Uma linguagem em construção. Entrevista realizada por Carlos Castilho em 11/01/2005 para o site Observatório da Imprensa feita por correio eletrônico.

BAHIA , Juarez. Jornal, História e Técnica : história da imprensa brasileira. São Paulo : Ática, 1990.

BLOOD, Rebecca. The Weblog Handbook Cambridge, MA: Perseus Publishing, 2002 Apud RECUERO, Raquel da Cunha. Webrings: As Redes de Sociabilidade e os Weblogs. 2005. Disponível em <http://www.pontomidia.com.br/raquel/chile2005.pdf>. Acesso em: 16 jan.2006

_____. Weblogs: A History and Perspective. Set. 2000. Disponível em http://www.rebeccablood.net/essays/ewblog_history.html Apud RECUERO, Raquel da Cunha. Webrings: As Redes de Sociabilidade e os Weblogs. 2005. Disponível em <http://www.pontomidia.com/raquel/chile2005.pdf>. Acesso em : 16 jan.2006

BOWMAN, Shayne; Willis, Chris. Nosotros, el medio. Cómo las audiencias están modelando el futuro de la noticias y la información. 2003. Disponível em www.hypergene.net/wemedia/espanol.php Apud RODRIGUES, Catarina. Blogs e a fragmentação do espaço público. Covilhã-Portugal: Labcom Books, 2006. Disponível em <http://www.labcom.ubi.pt>

BURKE, Peter; Briggs, Asa. Uma História Social da Mídia: De Gutenberg à Internet. Rio de Janeiro : Zahar, 2004.

CAVALCANTI, Mario Lima. Weblogs como ferramenta de ensino. In <http://www.comunique-se.com.br> Apud MATTOSO, Guilherme G. Q. Internet, jornalismo e weblogs: uma nova alternativa de informação. Niterói. 2003. Disponível em : <http://www.bocc.ubi.pt>. Acesso em: 24 jun. 2006

CAMPONEZ, Carlos. Jornalismo de Proximidade. Coimbra: Minerva Coimbra, 2002 Apud RODRIGUES, Catarina. Blogs e a fragmentação do espaço público. Universidade da Beira Interior. Covilhã-Portugal: Labcom Books, 2006. Disponível em <http://www.labcom.ubi.pt>

CANAVILHAS, João Messias. Webjornalismo – Considerações gerais sobre jornalismo na web. In <http://www.bocc.ubi.pt>. Apud MATTOSO. G. Q. Internet, jornalismo e weblogs: uma nova alternativa de informação, 2003. Trabalho de Conclusão de Curso – Faculdade de Jornalismo, Universidade Estácio de Sá, Niterói, 2003. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt>. Acesso em : 13 out. 2006.

COLEMAN, Renita. Os antecedentes intelectuais do jornalismo público. In TRAQUINA, N.; MESQUITA, M. (Orgs.). Jornalismo Cívico. Lisboa: Livros Horizonte, Apud RODRIGUES, Catarina. Blogs e a fragmentação do espaço público. Covilhã-Portugal: Labcom Books, 2006. Disponível em <http://www.labcom.ubi.pt>

CORREIA, João Carlos. Jornalismo e Espaço Público. Covilhã: Coleção Estudos Em Comunicação, 1998 Apud RODRIGUES, Catarina. Blogs e a fragmentação do espaço público. Covilhã-Portugal: Labcom Books, 2006. Disponível em <http://www.labcom.ubi.pt>

_____. Comunicação e Cidadania. Os media e a fragmentação do espaço público nas sociedades pluralistas. Lisboa: Livros Horizonte, 2004 Apud RODRIGUES, Catarina. Blogs e a fragmentação do espaço público. Covilhã-Portugal: Labcom Books, 2006. Disponível em <http://www.labcom.ubi.pt>

_____. A fragmentação do espaço público: novos desafios ético-políticos. Disponível em: // <http://www.bocc.ubi.pt/pag/correia-joao-carlos-fragmentacao-do-espaco-publico.pdf>. Acesso em 15 out. 2006

CRATO, Nuno. Comunicação Social – A imprensa. Lisboa: Editorial Presença, 1992. Apud RODRIGUES, Catarina. Blogs e a fragmentação do espaço público. Covilhã-Portugal: Labcom Books, 2006. Disponível em <http://www.labcom.ubi.pt>

DANTAS, A. Novos Caminhos do jornalismo nos diários virtuais. O Globo, Rio de Janeiro, 14 mai. 2006. O País, p. 11B.

DEFLEUR, M. L. ; BALL-ROKEACH, S. Teorias da Comunicação de Massa. Rio de Janeiro, Zahar, 1993.

DIZZARD JR., Wilson. A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002. Apud MAGALHAES, R. C. S. B. A análise do Discurso Plural do Jornalismo on-line e a cibercidadania. 2004. 147 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Curso de Pós-graduação Stricto Sensu, Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

DOMINIQUE, Wolton. E depois da Internet? – Para uma teoria crítica dos novos media. Lisboa: Difel, 2000. Apud RODRIGUES, Catarina. Blogs e a fragmentação do espaço público. Covilhã-Portugal: Labcom Books, 2006. Disponível em <http://www.labcom.ubi.pt>

DUARTE, F. Internet poderá superar jornais em publicidade. O Globo, Rio de Janeiro, 26 ago. 2006. Economia, p.41.

GIOVANNINNI, G. “Evolução na Comunicação; do sílex ao silício”. Rio de Janeiro : Nova Fronteira, 1987.

GILLMOR, Dan. Nós os media. Lisboa: Editorial Presença, 2005. Apud RODRIGUES, Catarina. Blogs e a fragmentação do espaço público. Covilhã-Portugal: Labcom Books, 2006. Disponível em <http://www.labcom.ubi.pt>

GONÇALVES, Elias Machado. La estructura de la noticia en las redes digitales; un estudio de las consecuencias de las metamorfosis tecnológicas en el periodismo. Barcelona, 2000. 521 f. Tese (Doutorado em Jornalismo e Ciências da Comunicação)- Faculdade de Ciências da Comunicação, Universidade Autônoma de Barcelona, Barcelona. Apud PINHO, J.B. Jornalismo na Internet : planejamento e produção da informação on-line. São Paulo : Summus, 2003.

GRADIM, Anabela. Os gêneros e a convergência: o jornalista multimídia do século XXI. In Agora: Net – Revista sobre Novos Media e Cidadania. Edição número 02, disponível em: <http://www.labcom.ubi.pt/agoranet/02/gradim-anabela-generos-convergencia.pdf> Apud RODRIGUES, Catarina. Blogs e a fragmentação do espaço público. Covilhã-Portugal: Labcom Books, 2006. Disponível em <http://www.labcom.ubi.pt>

HOLTZ, Shel. Public relations on the net: winning strategies to inform and influence the media, the investment community, the government, the public, and more! New York: American Management Association, 1999 Apud PINHO, J.B. Jornalismo na Internet : planejamento e produção da informação on-line. São Paulo : Summus, 2003.

JOHNSON, Steven. Emergência – A dinâmica da rede em formigas, cérebros, cidades e softwares. Rio de Janeiro: Jorge Zahar ,2003 Apud TABOADA. Mariana. Comunidades virtuais e a metáfora do ciberespaço: das esperanças da internet ao individualismo em rede. 2005. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

LARA, Tíscar. Weblogs & Periodismo Participativo. Disponível em : <http://www.pucrs.br/famecos/iamer/textos/lara.pdf>, p.13 Apud RODRIGUES, Catarina. Blogs e a fragmentação do espaço público. Covilhã-Portugal: Labcom Books, 2006. Disponível em <http://www.labcom.ubi.pt>

LASICA, J.D. Blogs and journalism need each other. Disponível em <http://www.jdlasica.com/articles/nieman.html> Apud RODRIGUES, Catarina. Blogs e a fragmentação do espaço público. Covilhã-Portugal: Labcom Books, 2006. Disponível em <http://www.labcom.ubi.pt>

LÉVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Ed.34,1993 apud PINHO, J.B. Jornalismo na Internet: planejamento e produção da informação on-line. São Paulo : Summus, 2003.

_____. _____.: apud MATTOSO. G. Q. Internet, jornalismo e weblogs: uma nova alternativa de informação. Niterói. 2003. Disponível em : <http://www.bocc.ubi.pt>. Acesso em: 24 jun.2006

LUSTOSA, Isabel. O nascimento da imprensa brasileira . Rio de Janeiro : Zahar, 2003.

LEVY, Steven. Living in the blog-osphere, In Nesweek, New York, n.º 9, 26 de agosto de 2002 Apud MATTOSO. G. Q. Internet, jornalismo e weblogs: uma nova alternativa de informação. Niterói. 2003. Disponível em : <http://www.bocc.ubi.pt>. Acesso em : 24 jun.2006

MADEIRA, Paulo Miguel. Empresas Preparam Possibilidade de massificação dos “Weblogs”. Disponível em <http://jornalpublico.pt/publico> Apud MATTOSO, Gilherme G. Q. Internet, jornalismo e weblogs: uma nova alternativa de informação. Niterói. 2003. Disponível em : <http://www.bocc.ubi.pt>.

MAGALHAES, R. C. S. B. A análise do Discurso Plural do Jornalismo on-line e a cibercidadania. 2004. 147 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Curso de Pós-graduação Stricto Sensu, Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

MARANGONI, Reinaldo; Pereira, Luciano Iuri & Silva, Rafael Rodrigues. Webjornalismo: uma reportagem sobre a prática do jornalismo online. 2^a ed. Indaiatuba: Rumograf, 2002 Apud PINHO, J.B. Jornalismo na Internet : planejamento e produção da informação on-line. São Paulo : Summus, 2003.

MATTOSO. G. Q. Internet, jornalismo e weblogs: uma nova alternativa de informação. Niterói. 2003. Disponível em : <http://www.bocc.ubi.pt>. Acesso em : 13 out. 2006.

MESQUITA, Mario. O Quarto Equívoco. O Poder dos media na sociedade contemporânea. Coimbra. Minerva Coimbra. 2ª Edição revista, 2004, p. 65 Apud RODRIGUES, Catarina. Blogs e a fragmentação do espaço público. Covilhã-Portugal: Labcom Books, 2006. Disponível em <http://www.labcom.ubi.pt>

MOHERDAUI, Luciana. Guia de estilo web: produção e edição de notícias on-line. São Paulo: SENAC São Paulo 2000 Apud MAGALHAES, R. C. S. B. A análise do Discurso Plural do Jornalismo on-line e a cibercidadania. 2004. 147 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Curso de Pós-graduação Stricto Sensu, Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

MCGARRY, Kevin. O Contexto dinâmico da informação: uma análise introdutória. Brasília : Briquet de Lemos / Livros, 1999.

MORETZHON, Nelson. Em nome da “justiça”, contra o direito: os escândalos do jornalismo nas denúncias de pedofilia. Disponível em [www.bocc.ubi.pt/pag/moretzsohn-sylvia-jornalismo-pedofilia . pdf](http://www.bocc.ubi.pt/pag/moretzsohn-sylvia-jornalismo-pedofilia.pdf) Apud RODRIGUES, Catarina. Blogs e a fragmentação do espaço público. Covilhã-Portugal: Labcom Books, 2006. Disponível em <http://www.labcom.ubi.pt>

NETO, E. “Blogs transformam a comunicação”. São Paulo, maio 2006. Disponível em: < <http://www.canalcontemporaneo.art.br>>. Acesso em : 15 jul. 2006.

NIELSEN, Jacob. Inverted Pyramids in Cyberspace. Disponível em <http://www.useit.com/alertbox/96060.html> Apud Alves, Rosental Calmon. Uma linguagem em construção. Entrevista realizada por Carlos Castilho em 11/01/2005 para o site Observatório da Imprensa feita por correio eletrônico.

PINHO, J.B. Jornalismo na Internet : planejamento e produção da informação on-line. São Paulo : Summus, 2003.

PINTO, Manuel. Uma perspectiva histórica do Jornalismo e da Imprensa. Disponível em : <http://aulajornalismo.blogspot.com> Apud RODRIGUES, Catarina. Blogs e a fragmentação do espaço público. Covilhã-Portugal: Labcom Books, 2006. Disponível em <http://www.labcom.ubi.pt>

QUERIDO, Paulo. Blogs, Lisboa. Centro Atlântico, 2003 Apud RODRIGUES, Catarina. Blogs e a fragmentação do espaço público. Covilhã-Portugal: Labcom Books, 2006. Disponível em <http://www.labcom.ubi.pt>

RABAÇA, Carlos Alberto e Barbosa, Gustavo Guimarães. Dicionário de Comunicação. 2ª ed. ver. e atual. Rio de Janeiro: Campus, 2002 Apud PINHO, J.B. Jornalismo na Internet : planejamento e produção da informação on-line. São Paulo : Summus, 2003.

RÉMY, Rieffel. Sociologia dos Media. Porto, Porto Editora, 2003 Apud RODRIGUES, Catarina. Blogs e a fragmentação do espaço público. Covilhã-Portugal: Labcom Books, 2006. Disponível em <http://www.labcom.ubi.pt>

RODRIGUES, Adriano Duarte. Estratégias da Comunicação. Questão Comunicacional e Formas de Sociabilidade. Lisboa. Editorial Presença, 1990 Apud RODRIGUES, Catarina. Blogs e a fragmentação do espaço público. Covilhã-Portugal: Labcom Books, 2006. Disponível em <http://www.labcom.ubi.pt>

RODRIGUES, Catarina. Blogs e a fragmentação do espaço público. Covilhã-Portugal: Labcom Books, 2006. Disponível em <http://www.labcom.ubi.pt>

RAINIE, Lee. Inquérito publicado em http://www.pewinternet.org/PPF/r/144/report_display.asp Apud RODRIGUES, Catarina. Blogs e a fragmentação do espaço público. Covilhã-Portugal: Labcom Books, 2006. Disponível em <http://www.labcom.ubi.pt>

ROSEN, Jay. Bloggers vs. Journalists is Over. Disponível em http://journalism.ny.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2005/01/15/berk_pprd Apud RODRIGUES, Catarina. Blogs e a fragmentação do espaço público. Covilhã-Portugal: Labcom Books, 2006. Disponível em <http://www.labcom.ubi.pt>

SCOFIELD, G. JR. O Silêncio dos blogueiros. O Globo, Rio de Janeiro, 10 abr. 2007. MegaZine, p. 12.

SERRA, Joaquim Paulo. O online nas fronteiras do jornalismo. Uma reflexão a partir do tabloidismo.net de Matt Drudge. , in Antônio Fidalgo e Paulo Serra (orgs.). Informação e Comunicação Online, Volume I, Jornalismo Online, Covilhã, Universidade da Beira Interior, 2003,p.103 Apud RODRIGUES ,Catarina. Blogs e a fragmentação do espaço público. Covilhã-Portugal: Labcom Books, 2006. Disponível em <http://www.labcom.ubi.pt>

SIROTSKY, Nelson. Convergência da Mídia e o futuro dos veículos. Revista da ESPM, São Paulo, v. 13, n 1. p 36-46, jan./fev. 2006.

SHERWIN, Gregory R. e Avila, Emily N. Connecting online: creating a succesfull image on the internet. Central Point, Oregon: The Oasis Press, 1999. (PSI Succesfull business library) apud PINHO, J.B. Jornalismo na Internet : planejamento e produção da informação on-line. São Paulo : Summus, 2003.

SOUSA, Horácio.Ciclo áureo: história do 1º centenário 1835-1935. 2. Ed. Campos, RF: Damadá, Artes Gráficas da escola de aprendizes artífices,1935. Apud MAGALHAES, R. C. S. B. A análise do Discurso Plural do Jornalismo on-line e a cibercidadania. 2004. 147 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Curso de Pós-graduação Stricto Sensu, Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

TABOADA, Mariana. Comunidades virtuais e a metáfora do ciberespaço: das esperanças da internet ao individualismo em rede. 2005. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

TENGARRINHA, José. História da Imprensa Periódica Portuguesa. Lisboa. Editorial Presença, 1992 Apud RODRIGUES,Catarina. Blogs e a fragmentação do espaço público. Covilhã-Portugal: Labcom Books, 2006. Disponível em <http://www.labcom.ubi.pt>

TRAQUINA, Nelson. Jornalismo Cívico: reforma ou revolução, in Nelson Traquina e Mário Mesquita (Orgs.), Jornalismo Cívico, Coleção Media e Jornalismo, Lisboa, Livros Horizonte, 2003 apud RODRIGUES,Catarina. Blogs e a fragmentação do espaço público. Covilhã-Portugal: Labcom Books, 2006. Disponível em <http://www.labcom.ubi.pt>

WEBBIBLIOGRAFIA

<http://www.anj.org.br>. Acesso em : 13 out. 2006

<http://www.oglobo.com.br/online/blogs/moreno>. Acesso em : 12 mar.2006

<http://www.burburinho.com>. Acesso em : 24 jun. 2006.

<http://www.sobresites.com> . Acesso em: 05 ago. 2006.

<http://www.ipv.pt> . Acesso em: 12 mar.2006

<http://www.bocc.ubi.pt>. Acesso em: 01 mai. 2006.

<http://www.noblat.com.br>. Acesso em: 23 jun.2006

<http://www.nominimo.com.br>. Acesso em: 27 abr.2006

<http://www.pedrodoria.nominimo.com.br>. Acesso em 23 jul.2006.

<http://www.blogdojuca.blog.uol.com.br>. Aceso em 16 ago. 2006.

<http://www.jbonline.com.br>. Acesso em 04 fev. 2006.

<http://www.oglobo.com.br>. Acesso em 21 jul. 2006.

<http://www.comunique-se.com.br>. Acesso em 15 maio 2006.

<http://www.marketingterms.com> apud MATTOSO, Gilherme G. Q. Internet, jornalismo e weblogs: uma nova alternativa de informação.2003. Disponível em : <http://www.bocc.ubi.pt>.

<http://www.fenaj.org.br/diploma/interesse.htm>. Acesso em 23 nov.2006.